MICHEL COQUERY

MUTATIONS ET STRUCTURES DU COMMERCE DE DETAIL EN FRANCE

ETUDE GEOGRAPHIQUE

TOME III

THESE PRESENTEE DEVANT L'UNIVERSITE DE PARIS I
– LE 9 AVRIL 1976 –

SERVICE DE REPRODUCTION DES THESES
UNIVERSITE DE LILLE III
- 1978 -

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41549910_0005

MICHEL COQUERY

MUTATIONS ET STRUCTURES DU COMMERCE DE DETAIL EN FRANCE

ETUDE GEOGRAPHIQUE

TOME III

THESE PRESENTEE DEVANT L'UNIVERSITE DE PARIS I
– LE 9 AVRIL 1976 –

SERVICE DE REPRODUCTION DES THESES
UNIVERSITE DE LILLE III
- 1978 -

L'Atelier de Reproduction des Thèses décline toute responsabilité
touchant la qualité technique des documents qu'il reproduit.

UNIV.
LEIDEN
BIBL.

La mise en "annexes" de tableaux chiffrés et de divers documents d'accompagnement répond au souci d'alléger la présentation de l'ouvrage. Rappelons qu'en règle générale, n'ont pas été reproduites les données qu'une référence précise permet de consulter directement. Il a semblé par contre utile de mentionner les indicateurs originaux que nous avons calculés d'après ces données, ou certaines formes spécifiques de leur regroupement, lorsqu'ils ont été publiés de façon dispersée. L'élaboration et la présentation de nombreuses cartes nous dispensaient cependant de produire ces indicateurs aux différentes échelles géographiques retenues pour l'analyse.

Ces tableaux, certains compléments méthodologiques (accompagnés ou non de cartes), de même que les reproductions de textes ou de documents particulièrement significatifs des thèmes abordés, sont appelés dans le texte. Dans ces conditions, il était indispensable de les présenter en suivant strictement le plan de l'ouvrage, c'est-à-dire chapitre par chapitre. La table des Annexes figure à la fin du présent volume (p. 177).

o

ANNEXES DU CHAPITRE I

LA POPULATION ACTIVE DU COMMERCE : APPORTS ET CONTRAINTES D'UNE ETUDE SELON LES CLASSIFICATIONS ECONOMIQUES ET PROFESSIONNELLES

Tableau 1

CONTENU DES RUBRIQUES 72 ET 75 DU CODE
DES ACTIVITES ECONOMIQUES EN 41 POSTES.

7.2. COMMERCES DE DETAIL AGRICOLES ET ALIMENTAIRES.

N° nomenclature 1959	Nature du commerce
691 - 0 à 6	0 - Commerce de détail des produits agricoles ou destinés à l'agriculture. 1 - C. de semences, graines, plants et autres produits horticoles. 2 - horticulteur fleuriste. 3 - loueur de plantes vertes, dit décorateur. 4 - fleuriste en magasin. 5 - fleuriste en kiosque, bouquetière. 6 - Commerce de petits animaux.
693 - 0 à 3 et 9	0 - Commerce de détail des produits laitiers, oeufs, volaille, miel, gibier 1 - C. d. produits laitiers, du miel. 2 - C. d. produits de basse-cour, du gibier. 3 - Magasin de détail de produits laitiers appartenant à une entreprise à succursales multiples. 693. 9 - Coopérative de vente de produits laitiers.
694 - 0 à 5	0 - Commerce de détail des viandes. 1 - Boucherie. 2 - Boucherie associée à un autre commerce de viande. 3 - B. hippophagique. 4 - Triperie. 5 - Charcuterie (avec préparation de plats cuits éventuellement).
695 - 0 à 2	0 - Commerce de détail des poissons, coquillages. 1 - C. d. poissons et coquillages. 2 - C. d. coquillages, huîtres, escargots.
696	Commerce de détail des fruits et légumes (sans épicerie ni produits laitiers). Fruiterie de détail.
697 - 0 à 5	0 - Epicerie, alimentation générale. 1 - idem (non désigné ailleurs) avec ou sans commerce annexe : magasin rural à commerces associés vendant principalement dans l'alimentation. Dépôt de pain seul ou associé. 2 - Magasin de détail d'une entreprise d'épicerie et d'alimentation générale à succursales multiples. 3 - C. d. boissons à emporter. 4 - idem. dépendant d'une entreprise à succursales multiples. 5 - C.d. glace à rafraîchir.
698 - 0 - 2	0 - C. d. de la confiserie, de la pâtisserie (non associé à un commerce de boulangerie ou à un commerce de pâtisserie avec fabrication).
700 - 0 - 1 - 9	0 (Total). 1 - Coopérative d'entreprise ou d'administration 9 - Coopérative (n.d.a.) de consommateurs vendant principalement de l'alimentation générale
722 - 1 à 3 723 - 3	Commerces non sédentaires (alimentation) Marchands de quatre-saisons, friteurs.

Tableau 1 (suite)

7.5. AUTRES COMMERCES DE DETAIL

N° nomenclature 1959	Nature du commerce
711	Grands magasins
712	Magasins populaires
714	Autres magasins non spécialisés (bazars, galeries, etc...)
715	Petits commerces multiples (n d a)
721	Attractions foraines
722 - 0 722 - 4 à 7	Commerces non sédentaires, marchands ambulants non alimentaires
723 - 1	Colporteurs et démonstrateurs ambulants
724	Petits métiers de la rue (repasseurs de couteaux, rempailleurs, rétameurs...).
731.4	Chauffage d'immeubles à forfait
740	C. de machines et matériel agricole.
741. 1 à 6	Quincaillerie. 1 - C. de quincaillerie. 2 - Appareils et matériels et articles pour le chauffage, l'éclairage, le ménage et la cuisine. 3 - Coutellerie et taillanderie. 4 - Appareils sanitaires et fontes de bâtiment. 5 - Articles de caves, liège et bouchons. 6 - Quincaillier-marchand de couleur (classé en 762).
742. 0 - 4	Matériel électrique et radio électrique. 1 - Matériel électrique, électro ménager. 2 - Fournitures pour électricité. 3 - Electro ménager. 4 - Radio, T.V., magnétophone.
743 (1-3 à 6)	Garages, stations-services, pompistes, auto-école, commerce d'automobile (sauf garage avec atelier de réparation, mais y compris commerce d'automobile ayant atelier de réparation).
745 (2 et 3)	C. de motocyclettes, cycles, pièces détachées, accessoires et pneumatiques (réparation annexée à la vente). C. de véhicules divers.
746 (1-2)	C. de machines diverses et armes.
747 (1-2)	Importation et c. de machines, matériel et mobilier de bureau
748 (1-2)	C. de charbon et autres combustibles, et matériaux de construction. C. de bois et vannerie.
754 (0-6)	C. d'habillement, tissus, mercerie. 1 - habillement (sai) 2 - vêtements de confection. 3 - chemiserie, lingerie, chapellerie, ganterie. 4 - Tissus. 5 - Mercerie, mercerie-bonneterie. 6 - Textiles pour la maison.
756 (0-2)	C. d. de la chaussure. 1 - dépendant d'une entreprise à succursales multiples. 2 - C. de chaussure.
760 (0-3)	C. d'Antiquité, tableaux, timbres-postes, meubles d'occasion
761	C. d. céramique mobilière et verrerie.
762	C. d. droguerie, couleurs et vernis.
763 (0-1-3-4)	Commerce du meuble et d'objets en bois (sauf décorateur d'ameublement).
764 (0-2)	C. des livres et journaux (c. papier, carton, fournitures de bureau)
766 (0-2)	C. d. horlogerie et bijouterie (avec ou sans réparation)

Tableau 1 (suite)

N° nomenclature 1959	Nature du commerce
767 (0-7)	<u>C. d. divers</u> 1 - Jouets, articles de sport, pêche, bateaux (vente et location) 2 - Parfumerie, produits de beauté et d'hygiène 3 - Photo, cinéma, optique (vente et location) 4 - Maroquinerie, articles de voyage, bimbeloterie. 5 - Instruments et accessoires de musique (vente et location). Disques, machines parlantes. 6 - Instruments médicaux et chirurgicaux. 7 - Voitures et articles d'enfants.
791 805 806	Chiffonniers Locations diverses (mobilier, linge, appareils à sous) Concessions diverses (chaises sur la voie publique, vestiaire)

Tableau 2

ACTIVITES EXERCEES EN BOUTIQUE, OU EN ATELIER-BOUTIQUE
SOUVENT ASSOCIEES SUR LE TERRAIN AUX COMMERCES
DE DETAIL PROPREMENT DITS

Code des activites en 41 postes	Nomenclature de 1959	Nature de l'activite et observations
4.2. Industries mécaniques	228 (Mécanique générale) Réparateurs	- réparateurs de machine à coudre - rétameurs - autres petits réparateurs (nda) spécialisés (1). En déclin.
3.1 Bâtiment et travaux publics	333 (Bâtiment et travaux publics) Couverture -Plomberie	- Notamment Plomberie. Installations Sanitaire. Chauffage. Prestation de services s'accompagnant de la vente des appareils posés. Réparation. S'il est difficile de séparer services aux entreprises et services aux particuliers, nombre de "plombiers" tiennent boutique dans un environnement commercial classique.
	334.1 (Bâtiment et T.P.) Serrurerie de bâtiment.	Serrurerie de bâtiment (pose et réparation). Même observation que pour 333.
	339 Installation d'électricité	Electricien installateur dans les locaux d'habitation, magasins, bureaux, bâtiments industriels. Activité associée ou non à la serrurerie. Même observation que pour 333.
5.1 Industries alimentaires et assimilées	411 (Boulangerie- 412 Pâtisserie) 413 416	- Boulangerie - Boulangerie-Pâtisserie - Pâtisserie - Boulangerie de détail associée à une autre activité (nda)
5.3 Habillement et travail des étoffes	49.3.2 (Habillement et travail des étoffes) Modes-fabrique de chapeaux pour dames	activité artisanale en boutique. - En déclin.
5.4 Industries des cuirs et peaux	503 (Pelleterie et fourrures)	- La rubrique 759.0 "Commerce de détail des pelleteries et fourrures". Renvoi au n° 503 (fourreurs-confectionneurs). 503.0. Fourreur, fabricant de fourrures (sai) 503.32 Fourreurs confectionneurs de détail, confection de fourrures au détail. 503.33 Artisans maîtres en fourrures.

(1) La plupart des réparateurs dont l'activité dépend d'un magasin de vente (motos cycles, appareils électriques, horlogers, bijoutiers sont classés avec les commerces de détail correspondant.

Tableau 2 (suite)

Code des activités en 41 postes	Nomenclature de 1959	Nature de l'activité et observations
5.4. Industries des cuirs & peaux (suite)	516 (Industries du cuir) Bourrellerie	- les bourreliers ont longtemps représenté, avec les charrons et forgerons, l'un des éléments classiques de l'artisanat et du commerce rural. En voie de disparition.
	526 (chaussures et articles chaussants) cordonniers, savetiers	- "fabricant exceptionnellement des chaussures", selon la précision donnée dans la nomenclature, les cordonniers sont des réparateurs, prestataires typiques de services aux particuliers, et comme tels, bien intégrés à l'appareil commercial de détail
5.5. Industries du meuble et de l'ameublement	533.6 (Industries du Bois & de l'Ameublement). Artisans du meuble.	- artisans du meuble et du siège, réparateurs de meubles anciens qui, tout en écoulant une partie plus ou moins importante de leur production par l'intermédiaire de commerçants du meuble, peuvent aussi vendre leurs produits et leurs services aux particuliers. Leurs échoppes sont donc souvent aussi des boutiques de vente.
	536	- Réparateurs de sièges, de matelas, de literie (activité associée ou non à la fabrication artisanale)
5.7. Industries polygraphiques Presse-Edition	554 (Industries polygraphiques-Presse-Edition) Reliure, brochure, dorures pour livres	- Bien que cette activité soit étroitement associée aux industries polygraphiques en qualité de prestataire de services aux entreprises, il existe encore des artisans relieurs et doreurs offrant leurs services aux particuliers et tenant boutique sur rue. La même observation pourrait être formulée pour des artisans-imprimeurs (papiers à en-tête, cartes de visite...)
	556 Photographe	- Classés souvent artisans, de nombreux photographes assurant des services aux entreprises et aux particuliers, sont aussi des commerçants (pellicules, films appareils, etc.), et comme tels ont un magasin de vente associé à leur atelier et à leur studio. Ils participent pleinement à la définition de l'appareil commercial d'une rue, d'un quartier.
	558 Copie Ecrivain public adresses...	- l'écrivain public doit sans doute être évoqué pour mémoire. Mais sont rangées ici des activités comme le tirage et le ronéotage de textes ou documents pouvant concerner des particuliers et

Tableau 2 (suite)

Code des activités en 41 postes	Nomenclature de 1959	Nature de l'activité et observations
		dont la localisation appelle la comparaison avec les artisans-imprimeurs ou relieurs.
5.8 Autres industries	604 (Industries diverses et mal désignées). Empailleurs, naturalistes...	- Naturalistes, taxidermistes sont des professions rares. Elles sont parfois associées à la gestion d'un magasin assurant la vente d'animaux empaillés, de pierres et de minéraux exotiques.
6.1 Transports terrestres	624.2 (Entreprises de transports publics routiers) Location d'automobiles.	- La location de voitures particulières pour le transport des personnes s'accompagne de plus en plus fréquemment de la mise en place de stands et de boutiques (associées à un garage) aux points de rupture de charge des trafics de voyageurs ou dans d'autres localisations, sensiblement identiques à celle des activités constituant un noyau commercial d'une certaine importance. Prestation de service type.
	677 (Auxiliaires des transports) Agences de voyage Agences de tourisme (677.0 - 677.1)	- Cette activité de prestation de service (transport, organisation et vente de "loisirs") est un auxiliaire des transports. et de l'hôtellerie) : elle s'inscrit dans des boutiques ayant pignon sur rue et qui contribuent à l'appréhension qualitative d'un appareil commercial. Des remarques identiques pourraient être formulées à propos des agences et succursales des grandes compagnies de transport aérien, aux localisations caractéristiques associées aux commerces de haut niveau.
8.3 Services rendus aux particuliers	822.0 (82. Cession et gestion de biens et de droits industriels et commerciaux)	- Les agences de vente de fonds de commerce et d'immeubles, agences de location, agences immobilières, courtiers d'immeuble sont des activités assurées à partir de locaux annoncés et "habillés" de l'extérieur comme de véritables magasins dans la plupart des cas. Ces agences ont d'ailleurs souvent repris les locaux d'anciens fonds de commerce. Elles participent pleinement à la définition d'un appareil commercial.
	(89 Hygiène) 89.1 Salon de coiffure, institut de beauté	Les salons de coiffure, instituts de beauté, manucures (avec ou sans vente de parfumerie et produits de santé), prestation de service aux particuliers par définition même, sont classiquement as-

Tableau 2 (suite et fin)

Code des activités en 41 postes	Nomenclature de 1959	Nature de l'activité et observations
		sociés dans la pratique aux activités commerciales.
	894. Blanchisserie teinturerie de détail	Blanchisseries, laveries automatiques, teintureries, pressing... Prestation de service assez étroitement associée aux commerces de proximité, notamment en milieu urbain.
	91.8 (santé)	Pharmacies et commerces de la santé (herboristerie, optique médicale, orthopédie).

Tableau 3

ACTIVITES CONSTITUANT LA RUBRIQUE 29 "COMMERCES"
DE LA NOMENCLATURE EN SECTEURS (COMPTABILITE NATIONALE)

Nomenclature des Activités Economiques 1959	Désignation de l'activité
0.53 0.58.9 295 4318	- Entreprise de stockage des céréales - Coopératives agricoles d'achats de produits et instruments divers nécessaires à l'agriculture - Réparation d'horlogerie - Fabrique industrielle de crème glacée.
69 et70 71 722 et 23 73 à 76 784 791 796 à 798	- Commerces agricoles et alimentaires, sauf : 6983 salons de thés, classés en 28 "Autres Services" et 704 commerces de gros des viandes et abattoirs, classés en 02 "produits des industries agricoles et alimentaires" - Commerces multiples et s.a.i. - Commerces non sédentaires et commerces ambulants - Ensemble des commerces (gros et détail) non alimentaires, sauf : 732. Commerce de gros des carburants, pétroles et lubrifiants classés en 06. "gaz naturel et produits pétroliers". 7432 à 7436. Garages avec ou sans ateliers de réparation, commerces de détail de carburants, classés en 28 "autres services" 760 et 7633. Commerces d'antiquité, tableaux, timbres-poste, meubles d'occasion. Location de meubles. Classés en 28 "autres services". - Débits de tabac - Chiffonniers - Commerces de gros de tous produits de récupération, récupération de déchets animaux, végétaux, industriels divers, récupération (n.d.a.)
809 918	- Entreprises de timbres-réclame - Pharmacie et commerces de la santé

Tableau 4

VALEUR DES SONDAGES AU 1/20° DE LA POPULATION
ACTIVE DE 1954 ET DE 1962

C.S.P. et branche d'activité / date et sexe	1954			1962		
	H	F	T	H	F	T
Petits commerçants	100,6	101,8	101,2	99,2	97,9	98,5
Gros commerçants	101,6	98,5	100,7	98,5	96,9	98,1
Patrons de l'industrie et du commerce	99,6	99,9	99,7	98,2	96,5	97,6
Employés de commerce	102,5	97,6	100,0	98,9	97,6	98,2
Employés de bureau	99,3	100,6	100,6	103,7	100,0	101,5
Total actifs non agricoles	99,8	99,3	99,7	99,9	98,9	99,6
Total actifs	100,0	99,4	99,8	99,9	98,8	99,5
Commerce de détail alimentaire	98,9	99,2	99,0	100,4	98,4	99,4
Commerce de détail non alimentaire	97,4	98,5	97,9	100,4	98,5	99,5
Total commerce de détail	98,1	98,8	98,5	100,4	98,4	99,5
Commerce de gros	97,6	99,3	98,0	100,2	103,6	101,1
Hôtellerie	98,6	99,4	99,0	101,3	97,8	99,3

(indice 100 = effectif de chaque groupe d'après les résultats exhaustifs du recensement à chaque date)

H : hommes

F : femmes

T : total

Tableau 5

PART DES ACTIFS DU COMMERCE DE DETAIL DANS LA POPULATION ACTIVE NON AGRICOLE, SELON LE STATUT, EN 1954, 1962 ET 1968

Statut et sexe \ Date		1954			1962			1968		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3
Indépendants	H	2.5	1.6	22.4	2.3	1.5	26.0	1.9	1.2	25.5
	F	3.4	1.2	29.2	3.0	1.0	39.0	2.3	0.8	40.0
	T		2.8	24.8		2.5	30.0		2.0	29.6
Employeurs	H	0.9	0.6	15.9	0.8	0.5	17.5	1.0	0.6	18.9
	F	0.5	0.1	24.0	0.4	0.1	26.9	0.4	0.1	28.8
	T		0.7	17.1		0.6	19.0		0.7	20.4
Aides familiaux	H	0.3	0.2	27.1	0.1	0.1	32.3	0.1	0.1	30.8
	F	3.1	1.1	40.5	2.5	0.8	44.1	2.3	0.8	43.0
	T		1.3	37.7		0.9	42.2		0.9	41.1
Total non-salariés	H	3.7	2.4	20.6	3.3	2.2	23.5	3.0	2.0	23.1
	F	7.0	2.4	32.7	6.0	2.0	39.5	5.0	1.7	39.8
	T		4.8	25.2		4.2	29.2		3.7	28.8
Salariés	H	3.4	2.2	4.2	4.1	2.7	4.8	4.8	3.1	5.4
	F	5.1	1.7	6.4	6.7	2.3	7.9	7.5	2.6	8.6
	T		3.9	4.9		5.0	5.9		5.7	6.6
dont : apprentis	H	0.2	0.1	10.9	0.4	0.2	15.9	0.4	0.2	16.5
	F	0.1	0.4	10.6	0.2	0.0	18.1	0.3	0.1	26.3
	T		0.5	10.9		0.2	16.4		0.3	18.5
TOTAL	H	7.1	4.7	7.1	7.5	4.9	7.5	7.8	5.1	7.8
	F	12.1	4.1	12.1	12.7	4.4	12.7	12.5	4.4	12.5
	T		8.8	8.8		9.3	9.3		9.5	9.5

1. Pour 100 actifs de chaque sexe } de la population active non agricole
2. Pour 100 actifs des deux sexes } de la population active non agricole
3. Pour 100 actifs de chaque statut.

Tableau 6

EVOLUTION DES EFFECTIFS SELON LA BRANCHE, LE SEXE ET LE STATUT DE 1954 A 1968

(indice 100 = 1954)

Branche et sexe / Date et statut		Indépendants		Employeurs		Aides famil.		Total		Salariés		dont apprentis		Total	
		1962	1968	1962	1968	1962	1968	1962	1968	1962	1968	1962	1968	1962	1968
Commerce de détail alimentaire	H	96.0	81.8	95.2	121.8	60.9	53.0	92.8	89.2	119.9	134.4	187.6	183.8	104.8	109.2
	F	91.5	72.0	98.1	111.4	84.8	85.5	88.5	80.7	135.7	164.7	229.1	355.2	102.3	105.3
	T	94.1	77.7	95.7	120.0	81.6	81.1	90.5	84.8	125.7	145.5	192.4	203.8	103.6	107.4
Commerce de détail non alimentaire	H	111.5	106.4	102.4	134.5	84.0	90.1	107.4	112.3	142.9	196.4	267.0	340.9	125.7	155.8
	F	102.9	94.6	104.3	128.4	95.9	108.8	100.6	103.0	148.8	194.3	199.0	294.5	126.4	151.8
	T	108.0	101.5	102.9	133.1	93.8	105.4	104.2	107.9	145.7	195.4	237.5	320.8	126.0	153.9
Ensemble commerce de détail	H	103.6	93.9	98.7	128.0	70.8	68.8	99.9	100.4	132.8	169.2	208.6	225.4	115.7	133.5
	F	96.9	82.8	101.9	121.7	88.7	93.6	93.6	90.2	144.5	184.7	209.7	314.1	115.1	130.0
	T	100.8	89.3	99.4	126.6	85.9	89.8	96.8	95.3	137.9	175.9	208.6	245.9	115.4	131.9
Actifs non agricoles	H	89.1	82.5	89.6	107.4	59.3	60.5	87.5	89.2	114.4	129.4	143.5	149.7	109.6	122.1
	F	72.6	60.4	90.9	101.2	81.5	88.2	77.5	74.1	117.8	138.2	122.4	127.0	109.2	124.5
	T	83.3	74.7	89.8	106.4	76.8	82.3	83.7	83.4	115.6	132.3	138.5	144.4	102.4	122.9

Tableau 7

LE TAUX DE FEMINITE DE L'EMPLOI DANS LE COMMERCE
DE DETAIL SELON LE STATUT DES ACTIFS EN 1954, 1962 ET 1968

Statut	Commerce agr. et alimentaire			Autres commerces de détail			Ensemble Commerce de détail			Ensemble actifs non agricoles		
	1954	1962	1968	1954	1962	1968	1954	1962	1968	1954	1962	1968
1. Indépendants	42.4	41.2	39.3	40.9	39.0	38.1	41.7	40.1	38.4	35.4	30.9	28.6
2. Employeurs	17.4	17.8	16.1	25.6	25.9	24.7	21.6	22.1	20.7	15.4	15.6	14.7
3. Aides famil.	86.4	89.8	91.1	81.8	83.7	84.5	84.8	87.5	88.3	78.8	83.6	84.4
Total 1 à 3	52.3	51.1	49.8	46.4	44.8	44.3	49.6	48.0	47.0	38.2	35.4	34.0
Salariés	36.5	39.4	41.3	48.2	49.2	47.9	43.6	45.7	45.8	33.4	34.1	34.9
dont : apprentis	11.6	13.9	20.3	43.3	36.3	39.8	23.0	23.0	29.4	23.6	20.8	20.7
Total actifs	46.4	45.8	45.5	47.4	47.5	46.7	46.9	46.8	46.2	34.3	34.3	34.8

Tableau 8

PART DES ACTIFS DU COMMERCE DE DETAIL AGRICOLE ET ALIMENTAIRE DANS LA POPULATION ACTIVE TOTALE DU COMMERCE DE DETAIL SELON LE STATUT EN 1954, 1962 ET 1968

Statut et sexe \ Date		1954			1962			1968		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3
Indépendants	H	17.7	9.4	50.8	14.7	7.8	47.1	10.9	5.8	44.3
	F	14.8	6.9	52.3	11.8	5.5	49.4	8.2	3.8	45.3
	T	16.3		51.4	13.3		48.0	9.6		44.8
Employeurs	H	6.5	3.5	51.2	5.4	2.8	49.3	6.0	3.2	48.7
	F	1.5	0.7	39.1	1.3	0.6	37.7	1.3	0.6	35.8
	T	4.2		46.6	3.4		46.8	3.8		46.0
Aides familiaux	H	2.3	1.2	57.3	1.2	0.6	49.3	0.9	0.5	44.1
	F	16.7	7.8	65.5	12.3	5.7	62.6	11.0	5.1	59.9
	T	9.0		64.2	6.3		61.0	5.6		58.0
Total non-salariés	H	26.6	14.1	51.4	21.3	11.3	47.7	17.8	9.5	45.6
	F	33.0	15.5	57.2	25.5	11.9	54.0	20.5	9.5	51.2
	T	29.6		54.3	23.2		50.8	19.0		48.2
Salariés	H	21.1	11.2	43.9	21.9	11.6	39.6	21.2	11.4	34.9
	F	13.7	6.4	32.5	16.2	7.5	30.5	17.4	8.0	29.0
	T	17.6		38.9	19.1		35.5	19.4		32.2
dont : apprentis	H	2.2	1.2	73.5	3.6	1.9	66.1	3.1	1.6	60.0
	F	0.3	0.1	32.4	0.6	0.3	35.5	0.9	0.4	36.6
	T	1.3		64.0	2.2		59.0	2.0		53.1
TOTAL	H	47.7	25.3	47.7	43.2	23.0	43.2	39.0	20.9	39.0
	F	47.0	22.0	47.0	41.8	19.5	41.8	37.9	17.6	37.9
	T	47.3		47.3	42.5		42.5	38.5		38.5

1. Pour 100 actifs de chaque sexe
2. Pour 100 actifs des 2 sexes
3. Pour 100 actifs de chaque statut.

} de la population active du commerce de détail

Tableau 9

REPARTITION DES ACTIFS DU COMMERCE DE DETAIL ET DE L'ENSEMBLE DES ACTIFS NON AGRICOLES SELON LE SEXE ET LE STATUT EN 1954, 1962 ET 1968

Sexe et statut \ Branche et date		Ensemble commerce de détail						Population active non agricole					
		1954		1962		1968		1954		1962		1968	
		1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Indépendants	H	34.9	18.5	31.3	16.6	24.6	13.2	11.2	7.3	9.0	5.9	7.5	4.9
	F	28.3	13.3	23.9	11.1	17.9	8.3	11.7	4.0	7.8	2.6	5.7	1.9
	T		31.8		27.7		21.5		11.3		8.5		6.8
Employeurs	H	12.8	6.8	10.9	5.8	12.3	6.6	5.8	3.8	4.7	3.1	5.1	3.2
	F	4.0	1.8	3.5	1.6	3.7	1.7	2.0	0.7	1.6	0.5	1.6	0.5
	T		8.6		7.4		8.3		4.5		3.6		3.7
Aides familiaux	H	4.0	2.1	1.8	1.3	2.1	1.1	1.0	0.7	0.5	0.3	0.5	0.3
	F	25.5	12.0	19.7	9.2	18.4	8.5	7.6	2.6	5.6	1.9	5.3	1.8
	T		14.1		10.5		9.6		3.3		2.2		2.1
Total non-salariés	H	51.8	27.5	44.8	23.8	39.0	21.0	18.0	11.8	14.4	9.4	13.1	8.4
	F	57.8	27.1	47.1	22.0	40.1	18.6	21.3	7.3	15.0	5.2	12.6	4.2
	T		54.6		45.8		39.6		19.1		14.6		12.6
Salariés	H	48.0	25.5	55.2	29.3	60.9	32.8	82.0	53.8	85.5	56.1	86.9	56.8
	F	42.2	19.8	53.0	24.8	59.9	27.6	78.7	27.0	85.0	29.1	87.4	30.5
	T		45.3		54.1		60.4		80.8		85.2		87.3
dont apprentis	H	3.0	1.6	5.5	2.9	5.2	2.8	2.0	1.3	2.6	1.7	2.4	1.6
	F	1.0	0.5	1.9	0.8	2.5	1.1	1.1	0.4	1.3	0.4	1.2	0.4
	T		2.1		3.7		3.9		1.7		2.1		2.0
Total actifs	H	100	53.0	100	53.2	100	53.8	100	65.6	100	65.6	100	65.2
	F	100	47.0	100	46.8	100	46.2	100	34.4	100	34.4	100	34.8
	T		100.0		100.0		100.0		100.0		100.0		100.0

1 : % de composition pour 100 actifs de chaque sexe.
2 : % de composition pour 100 actifs des deux sexes.

Tableau 10

REPARTITION DES ACTIFS DU COMMERCE DE DETAIL SELON
LA BRANCHE, LE SEXE ET LE STATUT EN 1954, 1962 ET 1968

Sexe et statut \ Branche et date		Commerce de détail agricole et alimentaire						Autres commerces de détail					
		1954		1962		1968		1954		1962		1968	
		1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Indépendants	H	37.2	19.9	34.1	18.4	27.9	15.2	33.0	17.4	29.2	15.3	22.4	12.0
	F	31.6	14.7	28.3	13.0	21.8	9.8	25.3	12.0	20.7	9.8	15.8	7.4
	T		34.6		31.4		25.0		29.4		25.1		19.4
Employeurs	H	13.7	7.3	12.5	6.7	15.3	8.3	12.0	6.3	9.7	5.1	10.3	5.5
	F	3.4	1.5	3.2	1.4	3.5	1.6	4.6	2.1	3.8	1.8	3.9	1.8
	T		8.8		8.1		9.9		8.4		6.9		7.3
Aides familiaux	H	4.8	2.6	2.8	1.5	2.3	1.3	3.3	1.7	2.2	1.1	1.9	1.0
	F	35.7	16.5	29.6	13.5	29.1	13.2	16.5	7.9	12.5	5.9	11.8	5.5
	T		19.1		15.0		14.5		9.6		7.0		6.5
Total non-salariés	H	55.8	29.8	49.4	26.7	45.7	24.8	48.3	25.4	41.2	21.6	34.7	18.5
	F	70.7	32.9	61.1	28.0	54.5	24.6	46.5	22.0	37.0	17.6	31.6	14.7
	T		62.7		54.7		49.4		47.4		39.2		33.2
Salariés	H	44.2	23.6	50.6	27.4	54.5	29.6	51.7	27.2	58.7	30.8	65.1	34.8
	F	29.3	13.6	38.9	17.3	46.0	20.9	53.4	25.3	63.0	29.9	68.4	32.1
	T		37.2		44.7		50.5		52.5		60.7		66.9
dont apprentis	H	4.7	2.5	8.5	4.6	8.0	4.3	1.5	0.8	3.3	1.7	3.4	1.8
	F	0.7	0.3	1.6	0.7	2.4	1.1	1.3	0.6	2.1	1.0	2.5	1.2
	T		2.8		5.3		5.4		1.4		2.7		3.0
Total actifs	H	100	53.5	100	54.1	100	54.4	100	52.7	100	52.4	100	53.2
	F	100	46.5	100	45.9	100	45.6	100	47.3	100	47.6	100	46.8
	T		100.0		100.0		100.0		100.0		100.0		100.0

1 : % de composition pour 100 actifs de chaque sexe
2 : % de composition pour 100 actifs des deux sexes.

Tableau 11

PRINCIPALES PROFESSIONS EXERCEES PAR LES PERSONNES ACTIVES DU COMMERCE DE DETAIL AGRICOLE & ALIMENTAIRE

Profession	% du total des actifs du commerce de détail alimentaire	% de l'ensemble de la profession	Taux de féminité de l'emploi (%)	Professions voisines comprises dans le total "autres métiers" et observations
. Commerçant détaillant alimentaire	42.2	74.0	66.2	
. Marchands divers	1.7	18.4	53.3	
. Commerçant (s.a.i.)	4.4	15.3	55.1	
. Colporteur, ambulant	0.7	21.7	51.5	
. Boulanger	0.3	0.9	5.4	Profession classée dans "industries alimentaires" en majorité
. Pâtissier		1.7		
. Charcutier	6.0	83.1	5.7	Abatteur de bestiaux
. Tripier	0.4	67.9	14.1	
. Boucher, boucher-charcutier	16.3	90.8	4.8	
. Vendeur, vendeuse	9.7	17.8	66.6	
. Gérant magasin à succursale	6.2	78.7	51.7	
. Gérant de société anonyme	0.2	2.8	33.3	
. Manutentionnaire	1.0	5.3	37.7	
. Manoeuvre	0.9	0.9	17.8	
. Femme de ménage	0.3	1.6	100.0	
. Magasinier	0.3	1.7	22.7	
. Livreur	0.3	6.5	2.1	Conducteur auto
. Conducteur P.L.	1.3	3.9	0.8	
. Directeur, chef de service	0.4		20.9	Secrétaire
. Employé de bureau	1.1	1.1	54.4	Secrétaire de direction
. Sténo dactylo	0.3	1.0	98.0	Aide-comptable
. Caissière	0.5	10.5	96.5	
. Comptable	0.5	1.7	34.5	
. Mécanographe	0.2	3.1	100.0	
. O.S. du travail des boissons	0.2	5.8	0	O.S. Alimentation O.S. Laiterie O.P. en vins
. Représentant de commerce	0.4	1.0	4.7	Profession classée dans "intermédiaires & auxiliaires du commerce & de l'industrie en majorité.
. Voyageur de commerce		2.4		
. Autres métiers	3.8		18.8	
Total actifs du Commerce de détail alimentaire (1)	100.0		46.4	

(1) * 571.000 actifs

Source : I.N.S.E.E. Tableaux Af.4/20
Recensement 1954

Tableau 12

PRINCIPALES PROFESSIONS EXERCEES PAR LES PERSONNES ACTIVES DU COMMERCE DE DETAIL NON ALIMENTAIRE

Profession	% du total des actifs du commerce de détail non alimentaire	% de l'ensemble de la profession	Taux de féminité de l'emploi	Professions voisines comprises dans le total "autres métiers" et observations
. Commerçant en tissus, vêtements et chaussures	11.1	91.0	62.9	Opticien marchand
. Quincaillier, droguiste matériel électrique	4.5	86.4	46.9	
. Marchand horloger-bijoutier	0.8	49.8	42.8	
. Libraire	2.4	94.6	57.6	
. Marchand de charbon	1.9	97.7	21.0	
. Garagiste & assimilé	1.4	45.6	30.5	
. Exploitant de spectacles	0.4	40.6	31.0	
. Marchands divers	4.6	54.7	59.0	Grossistes (semi-grossistes opérant au détail)
. Commerçant (s.a.i.)	11.6	45.2	49.2	
. Colporteur, ambulant	2.2	75.0	35.9	
. Gérant de magasin à succursale	0.5	7.5	43.7	
. Gérant de société anonyme	0.8	14.5	28.7	
. Vendeur	20.2	41.3	68.8	
. Acheteur	0.2	19.8	40.0	
. Etalagiste	0.2	51.1	38.8	
. Représentant de commerce	1.9	9.9	8.4	
. Voyageur de commerce	0.5	13.9	17.2	
. Manutentionnaire	0.8	4.6	47.4	Empaqueteur à la main
. Manoeuvre	2.1	2.0	6.1	
. Apprenti	0.2	5.3	27.8	
. Femme de ménage	0.5	2.9	100.0	Laveur
. Gardien	0.3	3.9	9.0	Concierge
. Magasinier	0.8	5.5	6.0	
. Livreur	0.5	11.7	10.1	
. Chauffeur auto	0.3	4.9	3.0	
. Chauffeur (s.a.i.)	0.3	4.2	1.1	
. Conducteur poids lourd	1.71	5.7	0.3	
. Directeur administratif	0.3	3.2	7.8	Chef de service
. Directeur commercial	1.1	18.9	14.4	Directeur (s.a.i.) ingénieur (s.a.i;)
. Agent technique	0.2	1.4	5.5	Réceptionnaire
. Employé de bureau	1.7	1.9	70.7	
Secrétaire	0.9	4.5	93.6	
. Secrétaire de direction	0.2	5.6	72.4	
. Sténo-dactylo	1.4	4.5	99.1	

Tableau 12 (suite et fin)

PRINCIPALES PROFESSIONS EXERCEES PAR LES PERSONNES ACTIVES DU COMMERCE DE DETAIL NON ALIMENTAIRE

Profession	% du total des actifs du commerce de détail non alimentaire	% de l'ensemble de la profession	Taux de féminité de l'emploi	Professions voisines comprises dans le total "autres métiers" et observations
. Caissière	0.7	15.2	92.2	
. Aide-comptable	0.4	6.2	67.3	
. Comptable	1.4	5.2	44.2	
. Mécanographe	0.2	3.7	71.1	
. Mécanicien	0.4	3.4	1.2	
. Ajusteur	0.3	1.0	3.4	
. Ajusteur monteur mécanicien	0.2	2.6	0.0	Monteur en cycles et motos
. Mécanicien réparateur auto	1.1	11.3	0.3	
. O.P. horloger	0.3	14.2	4.8	Electricien d'installation et d'entretien
. Electricien	0.2	1.9	1.4	Mécanicien électricien
. Radio-électricien	0.2	12.0	9.6	Photographe
. Monteur radio	0.3	14.6	5.0	Ouvrier opticien Papetier ouvrier O.S. de la chimie
. O.S. des textiles	0.3	1.2	70.4	O.S. couture vêtement
. Piqueur à la machine	0.6	2.7	93.7	Corsetière
. Lingère	0.2	2.5	87.7	Coupeur confection
. Tailleur	0.9	8.3	64.3	Brodeuse main
. Couturière	1.1	4.7	99.4	Modiste Fourreur
. Tapissier-sellier-garnisseur	0.2	8.2	14.8	Tapissier
. Cordonnier réparateur	0.2	2.9	1.6	(Classées en majorité artisans)
. Ebéniste	0.4	3.9	1.5	
. Menuisier	0.2	0.7	1.5	Ouvrier vannerie Scieur O.P.
. Ouvrier (s.a.i.)	0.2	0.2 1.9	34.5	O.S. mal désignés Ouvriers (n.d.a.) Contremaître (s.a.i.)
. Emplois mal désignés	0.6	2.4	30.1	Employé (s.a.i.)
. Artistes théâtre, cinéma	0.3	20.3	46.1	Autres artistes
Autres métiers	9.6		20.7	
Total actifs du commerce de détail N.A. (1)	100.0		47.4	

(1) # 635.000 en 1954

ANNEXES DU CHAPITRE II

INTERET ET LIMITES DE L'ANALYSE SOCIO-PROFESSIONNELLE DES ACTIFS DU COMMERCE

TABLEAU 13 A REPARTITION DES ACTIFS DU COMMERCE DE DETAIL SELON LE SEXE ET LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE EN 1954, 1962 ET 1968 (FRANCE ENTIÈRE)

Sexe et C.S.P. \ Date			Répartition (%)			Taux de féminité de l'emploi		
			1954	1962	1968	1954	1962	1968
2	Patrons	H	51,7	43,8	37,8			
		F	58,0	46,6	39,2			
		T	54,7	45,2	38,7	49,6	48,3	47,3
34	Cadres administratifs supérieurs	H	1,4	2,6	3,0			
		F	0,2	0,7	0,7			
		T	0,9	1,6	2,0	14,0	22,8	17,0
44	Cadres administratifs moyens	H	1,5	4,5	5,1			
		F	0,7	2,0	2,8			
		T	1,2	3,3	4,0	30,2	28,8	32,2
51	Employés de bureau	H	2,2	3,3	4,0			
		F	6,3	9,6	13,0			
		T	4,1	6,3	8,2	71,5	72,0	73,9
53	Employés de commerce	H	16,6	17,0	17,3			
		F	24,6	30,9	33,7			
		T	20,4	23,6	25,1	56,5	61,5	62,7
61	Ouvriers qualifiés	H	8,7	9,0	10,4			
		F	2,9	2,9	2,5			
		T	6,0	6,2	6,8	22,9	22,3	17,5
63	Ouvriers spécialisés	H	5,7	8,3	9,8			
		F	1,7	1,4	1,2			
		T	3,9	5,0	5,8	21,0	12,9	9,9
67	Apprentis ouvriers	H	3,1	3,0	2,9			
		F	1,0	0,3	0,3			
		T	2,1	1,7	1,7	23,0	9,0	7,4
68	Manoeuvres	H	3,6	4,4	4,2			
		F	1,9	2,2	2,4			
		T	2,8	3,3	3,4	32,3	30,8	32,5
7	Personnels de service	H	1,1	0,9	1,3			
		F	1,0	2,0	2,1			
		T	1,0	1,4	1,7	44,4	66,2	58,5
Ensemble des autres C.S.P.		H	3,8	2,9	2,3			
		F	1,6	0,7	1,0			
		T	2,8	1,9	1,7	26,7	19,1	28,5
TOTAL		H	100	100	100			
		F	100	100	100			
		T	100	100	100	46,9	46,8	46,2

H : hommes F : femmes T : total

TABLEAU 13 B EVOLUTION DES EFFECTIFS DE LA POPULATION ACTIVE DU COMMERCE DE DETAIL DE 1954 À 1968 SELON LE SEXE ET LA CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

Sexe et C.S.P. \ Dates			Evolution des effectifs Indice 100 = 1954		Taux d'accroissement moyen annuel (%)		
			1962	1968	1954-62	1962-68	1954-68
2	Patrons	H	97,9	97,4	- 0,2	- 0,08	- 0,18
		F	92,9	88,8	- 0,8	- 0,7	- 0,8
		T	95,4	93,1	- 0,5	- 0,4	- 0,49
34	Cadres administratifs supérieurs	H	205,3	280,6	13,1	6,0	12,8
		F	288,1	353,9	25,5	3,7	18,0
		T	216,9	290,9	14,6	5,6	13,5
44	Cadres administratifs moyens	H	333,9	434,3	29,2	4,9	23,7
		F	313,3	477,8	26,6	8,7	26,9
		T	327,7	447,4	28,4	6,0	24,6
51	Employés de bureau	H	173,9	241,3	9,2	6,4	10,0
		F	177,7	271,9	9,7	8,7	12,2
		T	176,6	263,2	9,5	8,1	11,5
53	Employés de commerce	H	118,4	138,7	2,3	2,8	2,7
		F	145,6	179,9	5,7	3,9	5,6
		T	133,8	162,0	4,2	3,5	4,4
61	Ouvriers qualifiés	H	119,3	158,2	2,4	5,4	4,1
		F	115,1	113,3	1,8	- 0,2	0,9
		T	118,3	147,9	2,2	4,1	3,4
63	Ouvriers spécialisés	H	166,1	226,7	8,2	6,0	9,0
		F	92,4	93,3	- 0,9	0,1	- 0,4
		T	150,5	198,6	6,3	5,2	7,0
67	Apprentis ouvriers	H	114,1	126,7	1,7	1,8	1,9
		F	37,8	33,7	- 7,7	- 1,9	- 4,7
		T	96,5	105,3	- 0,5	1,4	0,3
68	Manœuvres	H	141,7	158,1	5,2	1,9	4,1
		F	131,9	159,5	3,9	3,4	4,2
		T	138,5	158,6	4,8	2,4	4,1
7	Personnels de service	H	96,6	157,5	- 0,4	10,4	4,0
		F	236,5	278,0	17,0	2,9	12,6
		T	158,9	211,1	7,3	5,4	7,8
	Ensemble des autres C.S.P.	H	87,3	79,9	- 1,5	- 1,4	- 1,4
		F	56,6	87,7	- 5,4	9,0	- 0,8
		T	79,1	82,0	- 2,6	0,6	- 1,2
	TOTAL	H	115,7	133,5	1,9	2,5	2,3
		F	115,1	130,0	1,8	2,1	2,1
		T	115,4	131,9	1,9	2,3	2,2

TABLEAU 14 RÉPARTITION DES ACTIFS DU COMMERCE DE DÉTAIL AGRICOLE ET ALIMENTAIRE SELON LE SEXE ET LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE EN 1954, 1962 ET 1968

Sexe et C.S.P. \ Dates			Répartition %			Taux de féminité de l'emploi		
			1954	1962	1968	1954	1962	1968
2	Patrons	H	56,3	48,6	44,9	52,3	51,3	49,8
		F	71,2	60,9	53,6			
		T	62,6	54,5	48,7			
34	Cadres administratifs supérieurs	H	0,6	1,0	1,5	17,8	21,6	14,7
		F	0,1	0,3	0,3			
		T	0,4	0,7	1,0			
44	Cadres administratifs moyens	H	1,2	1,0	1,8	30,6	28,5	29,9
		F	0,6	0,5	0,9			
		T	0,9	0,8	1,4			
51	Employés de bureau	H	1,9	2,2	2,5	65,6	66,5	74,5
		F	4,1	5,3	8,8			
		T	2,9	3,6	5,3			
53	Employés de commerce	H	21,5	25,3	27,2	44,7	46,7	47,3
		F	20,0	26,4	29,4			
		T	20,6	26,0	28,1			
61	Ouvriers qualifiés	H	6,0	5,6	6,5	3,1	6,5	5,3
		F	0,2	0,5	0,4			
		T	3,3	3,3	3,7			
63	Ouvriers spécialisés	H	4,3	6,2	5,5	8,5	9,6	10,9
		F	0,4	0,8	0,8			
		T	2,5	3,7	3,3			
67	Apprentis ouvriers	H	4,8	3,4	2,7	11,6	7,2	8,0
		F	0,7	3,1	2,8			
		T	2,8	2,0	1,6			
68	Manoeuvres	H	2,5	3,6	4,0	38,8	34,6	32,9
		F	1,8	2,2	2,3			
		T	2,1	3,0	3,2			
7	Personnel de service	H	0,7	0,2	0,4	56,1	90,0	82,1
		F	1,0	2,2	2,2			
		T	0,8	1,1	1,2			
	Ensemble des autres C.S.P.	H	1,0	2,3	2,8	18,7	20,4	26,7
		F	0,2	0,7	1,2			
		T	0,6	1,5	2,0			
	Total	H	100	100	100	46,4	45,8	45,5
		F	100	100	100			
		T	100	100	100			

TABLEAU 15 RÉPARTITION DES ACTIFS DU COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE SELON LE SEXE ET LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE EN 1954, 1962 ET 1968

Sexe et C.S.P. \ Dates			Répartition %			Taux de féminité de l'emploi		
			1954	1962	1968	1954	1962	1968
2	Patrons	H	48,3	40,4	33,5	46,4	45,3	44,9
		F	46,6	36,7	31,2			
		T	48,1	38,5	32,5			
34	Cadres administratifs supérieurs	H	2,2	3,8	3,8	13,0	17,9	18,3
		F	0,3	0,9	0,9			
		T	1,3	2,4	2,5			
44	Cadres administratifs moyens	H	5,4	7,2	7,2	29,5	28,8	32,6
		F	2,5	3,2	3,9			
		T	4,0	5,2	5,7			
51	Employés de bureau	H	3,7	4,1	4,9	69,8	73,8	73,7
		F	9,6	12,8	15,8			
		T	6,6	8,2	10,0			
53	Employés de commerce	H	12,5	10,7	11,0	64,6	74,4	74,6
		F	28,7	34,3	37,0			
		T	20,4	21,9	23,2			
61	Ouvriers qualifiés	H	11,3	11,6	12,9	29,9	26,9	20,9
		F	5,3	4,7	3,9			
		T	8,6	8,3	8,7			
63	Ouvriers spécialisés	H	7,1	9,9	12,5	13,2	14,4	9,6
		F	1,2	1,8	1,5			
		T	4,3	6,0	7,4			
67	Apprentis ouvriers	H	1,5	2,7	3,0	43,3	10,3	7,0
		F	1,3	0,3	0,2			
		T	1,4	1,6	1,7			
68	Manoeuvres	H	4,6	5,0	4,4	28,7	28,5	32,3
		F	2,0	2,2	2,4			
		T	3,4	3,6	3,5			
7	Personnel de service	H	1,5	1,4	1,9	37,4	54,3	49,6
		F	1,0	1,9	2,1			
		T	1,2	1,7	2,0			
	Ensemble des autres C.S.P.	H	1,7	3,3	4,8	41,6	18,4	17,5
		F	1,3	0,8	1,1			
		T	1,5	2,1	3,1			
	Total	H	100	100	100	47,4	47,5	46,7
		F	100	100	100			
		T	100	100	100			

TABLEAU 16 RÉPARTITION SELON LE SEXE, LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE ET LA BRANCHE DES ACTIFS DU COMMERCE DE DÉTAIL EN 1968 (COMPARAISON AVEC LA POPULATION ACTIVE NON AGRICOLE)

Pour 100 actifs des deux sexes dans chaque branche ou ensemble

Code	Catégorie socio-professionnelle	Ensemble des actifs non agricoles			Ensemble des actifs du commerce de détail			dont commerce alimentaire			dont commerce non alimentaire		
		H	F	T	H	F	T	H	F	T	H	F	T
2	Patrons	7,4	3,9	11,3	20,3	18,3	38,7	24,4	24,3	48,7	17,8	14,6	32,5
34	Cadres supérieurs	2,2	0,3	2,6	1,6	0,3	1,9	0,8	0,1	0,9	2,0	0,4	2,5
44	Cadres moyens	2,8	1,4	4,2	2,7	1,3	4,0	1,0	0,4	1,4	3,8	1,8	5,7
51	Employés de bureau	5,3	8,6	13,9	2,1	6,1	8,2	1,3	4,0	5,3	2,6	7,4	10,0
53	Employés de commerce	1,5	2,0	3,5	9,3	15,7	25,0	14,8	13,3	28,1	5,8	17,3	23,2
61	Ouvriers qualifiés	12,6	2,4	15,1	5,6	1,2	6,7	3,5	0,2	3,7	6,8	1,8	8,7
63	Ouvriers spécialisés	12,0	3,6	15,6	5,2	0,5	5,8	3,0	0,3	3,3	6,7	0,7	7,4
67	Apprentis	1,3	0,1	1,5	1,5	0,1	1,7	1,5	0,1	1,6	1,6	0,1	1,7
68	Manoeuvres	6,4	2,7	9,1	2,3	1,1	3,4	2,1	1,0	3,2	2,3	1,1	3,5
72	Autres personnels de service	1,3	2,4	3,8	0,7	1,0	1,7	0,2	1,0	1,2	1,0	1,0	2,0
	Autres C.S.P.	12,0	7,6	19,7	1,2	0,5	1,7	1,5	0,5	2,0	2,6	0,5	3,1
	TOTAL	64,8	35,2	100	53,8	46,2	100	54,5	45,5	100	53,3	46,7	100

H : hommes
F : femmes
T : total

Sources : INSEE. Recensement de 1968. Sondage au 1/20 France entière. Paris 1971.
Regroupements et calculs d'après le tableau 8 (PA-243 V et 244 V)
(voir dans le texte les figures 10 et 11 correspondant à ce tableau).

TABLEAU 17 PART DES ACTIFS DU COMMERCE DE DETAIL DANS LES DIFFERENTES CATEGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES EN 1954, 1962 ET 1968

Code	C.S.P.	Sexe	1954	1962	1968	Pour 100 actifs du commerce de détail dans une CSP en 1954 Nbre d'actifs en 1962 et 68 dans cette même CSP	
						1962	1968
2	Patrons de l'industrie et du commerce	H	23,0	25,5	25,3		
		F	38,2	42,0	42,4		
		T	28,7	31,5	31,3	109,7	109
34	Cadres administratifs supérieurs	H	8,8	5,8	6,6		
		F	14,1	9,6	9,3		
		T	9,3	6,3	6,9	67,7	74,1
44	Cadres administratifs moyens	H	3,8	7,9	9,0		
		F	5,7	7,1	8,0		
		T	4,2	7,7	8,6	183,3	204,7
51	Employés de bureau	H	4,4	3,0	3,6		
		F	6,6	5,6	6,5		
		T	5,8	4,5	5,4	77,5	93,1
53	Employés de commerce	H	49,1	58,1	56,6		
		F	62,1	71,1	69,7		
		T	55,7	65,5	64,2	117,5	115,2
61	Ouvriers qualifiés	H	2,9	3,4	4,0		
		F	2,8	4,7	4,4		
		T	2,9	3,6	4,1	124,1	141,3
63	Ouvriers spécialisés	H	3,5	3,4	4,0		
		F	1,8	1,3	1,4		
		T	2,9	2,8	3,4	96,5	117,2
67	Apprentis	H	11,9	10,0	10,5		
		F	13,5	5,8	7,6		
		T	12,2	9,4	10,2	77,0	83,6
68	Manoeuvres	H	2,6	3,1	3,2		
		F	4,5	3,8	3,7		
		T	3,0	3,3	3,4	110,0	113,3
72	Autres personnels de service	H	3,8	3,6	4,8		
		F	2,2	4,2	3,7		
		T	2,9	3,9	4,1	134,4	141,3
	Autres CSP non désignées plus haut	H	0,9	1,1	0,9		
		F	0,5	0,4	0,5		
		T	0,8	0,9	0,8	112,5	100
2 à 8	Total actifs non agricoles	H	6,9	7,4	7,5	107,2	108,6
		F	11,4	12,2	12,0		
		T	8,6	9,0	9,1	104,6	105,8

TABLEAU 18 REPARTITION DES PATRONS DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE SELON LES CATEGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES DETAILLÉES EN 1954, 1962 ET 1968

		Commerçants			Artisans	Industriels	Patrons pêcheurs	TOTAL
		Gros	Petits	Total				
Nombre d'actifs (1)	1954	181 717	1 252 505	1 434 222	757 380	91 067	18 747	2 301 416
	1962	172 833	1 133 965	1 306 798	637 897	80 660	19 312	2 044 667
	1968	213 500	1 028 160	1 241 660	622 800	79 160	18 360	1 961 980
% de composition interne	1954	7,9	54,5	62,4	32,9	3,9	0,8	100
	1962	8,5	55,5	64,0	31,2	3,9	0,9	100
	1968	10,9	52,4	63,3	31,8	4,0	0,9	100
% de la population active totale	1954	0,9	6,5	7,4	4,0	0,5	0,1	12,0
	1962	0,9	5,8	6,7	3,2	0,4	0,1	10,4
	1968	1,0	5,0	6,0	3,1	0,4	0,1	9,6
Evolution du Nbre d'actifs 100 = 1954	1962	95,1	90,5	91,1	84,2	88,5	103,0	88,8
	1968	117,4	82,0	86,5	82,2	86,9	97,9	85,2

(1) 1954 et 1962 : Résultats exhaustifs des recensements.
1968 : Sondage au 1/20

TABLEAU 19 REPARTITION DES PATRONS DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE SELON LE SEXE ET LA BRANCHE D'ACTIVITE EN 1954, 1962 ET 1968

Sexe et branche	Date		% de répartition			Taux de féminité de l'emploi			Evolution du nbre d'actifs 1954 = 100	
			1954	1962	1968	1954	1962	1968	1962	1968
72	Commerce de détail alimentaire et agricole	H	11,8	12,2	11,7				91,5	87,7
		F	21,8	22,7	21,6				87,8	79,5
		T	15,6	16,0	15,2	52,3	51,3	49,8	89,6	83,4
75	Autres commerces de détail	H	11,1	13,1	13,6				104,6	107,8
		F	16,2	19,3	20,6				99,7	101,4
		T	13,1	15,4	16,1	46,4	45,3	44,9	102,4	104,8
72 + 75	Ensemble du commerce de détail	H	22,9	25,3	25,3				97,9	97,4
		F	38,0	42,0	42,2				92,9	88,8
		T	28,7	31,4	31,3	49,6	48,3	47,3	95,4	93,2
71 + 74	Commerces de gros	H	5,3	5,5	5,0				91,2	85,3
		F	2,5	2,7	2,5				90,8	79,3
		T	4,3	4,5	4,1	21,8	21,7	20,9	91,1	82,5
73	Hôtellerie Débits de boisson	H	9,3	8,8	8,5				83,8	80,6
		F	24,6	24,8	23,3				84,8	75,8
		T	15,1	14,6	13,7	61,2	61,5	59,7	84,4	77,6
76	Commerces mal désignés	H	1,3	0,4	0,5				31,9	34,8
		F	2,3	0,8	0,9				30,2	30,7
		T	1,7	0,6	0,6	52,1	50,8	49,0	31,0	32,7
77	Intermédiaires du commerce et de l'industrie	H	2,0	1,6	1,4				73,6	65,7
		F	0,4	0,5	0,5				89,0	100,5
		T	1,4	1,2	1,1	11,7	13,9	16,9	75,4	69,8
51	Industries alimentaires et assimilées	H	6,1	5,8	5,5				83,6	79,6
		F	6,1	6,5	6,9				88,7	90,4
		T	6,1	6,0	6,0	37,4	38,8	40,4	85,5	83,6
	Autres branches d'activité économique	H	52,5	51,7	53,6				87,2	90,0
		F	25,1	22,5	22,8				75,1	72,7
		T	42,5	41,3	42,8	22,1	19,7	18,7	84,5	86,1
	TOTAL	H	100	100	100				88,3	88,6
		F	100	100	100				84,5	80,0
		T	100	100	100	37,2	36,2	34,9	86,9	85,4

TABLEAU 20 RÉPARTITION DES GROS ET DES PETITS COMMERÇANTS PAR SEXE ET PAR PROFESSION EN 1954, 1962 ET 1968

	1954			1962			1968			Taux de féminité de l'emploi			Evolution(1)	
	H	F	T	H	F	T	H	F	T	1954	1962	1968	1962	1968
Boulangers-pâtissiers	9,0	0,8	4,9	8,7	0,6	4,8	8,7	0,5	4,8	8,3	6,2	5,0	85,9	83,2
Bouchers-charcutiers, t.	9,4	0,9	5,3	10,0	0,8	5,5	9,9	0,6	5,5	8,3	7,2	5,5	93,2	90,0
Détaillants alimentaires	12,8	32,3	22,4	12,7	32,2	22,0	10,9	30,7	20,1	71,0	70,0	71,3	87,2	76,9
" non alimentaires	12,4	13,5	12,9	12,3	14,8	13,5	12,6	12,9	12,8	51,3	52,5	47,4	92,5	84,6
Total détaillants explicitement désignés	43,7	47,6	45,7	43,8	48,5	45,9	42,2	44,9	43,4	51,3	50,6	48,4	89,3	81,3
Vendeurs, camelots, colporteurs	1,7	1,6	1,7	1,6	1,5	1,5	2,1	3,6	2,8	47,4	46,0	60,3	81,8	142,3
Grossistes	7,6	2,2	4,9	5,9	1,9	4,0	5,3	1,3	3,4	22,3	22,7	17,9	71,4	59,2
Marchands de bestiaux	1,4	0,0	0,7	1,3	0,1	0,7	0,6	0,0	0,3	5,3	8,0	4,2	83,0	41,1
Autres marchands et commerçants (s.a.i.)	14,5	15,1	14,8	16,0	15,6	15,8	17,9	20,6	19,1	50,3	47,5	50,4	94,5	110,4
Total commerçants proprement dits	69,2	66,7	68,0	68,7	67,7	68,1	68,2	70,5	69,2	48,3	47,7	47,7	88,9	87,1
Hôteliers, restaurateurs, cafétiers	13,8	23,7	18,7	13,0	23,0	17,8	12,5	20,6	16,3	62,5	62,1	59,2	84,4	74,6
Coiffeurs et assimilés	5,2	4,3	4,7	5,2	5,5	5,3	4,9	5,7	5,2	44,5	49,2	50,7	100,2	94,7
Représentants de commerce et assimilés	2,5	0,2	1,3	2,7	0,3	1,6	2,9	0,6	1,8	8,5	11,5	15,1	103,9	115,1
Chefs d'entreprises de services, agents d'affaires	3,1	0,6	1,9	2,8	0,7	1,8	3,4	1,0	2,3	16,6	20,4	20,2	84,9	103,3
Agents d'assurances	1,7	0,1	1,0	2,2	0,2	1,2	2,6	0,3	1,5	9,3	8,5	9,8	111,8	143,6
Autres professions	4,9	3,9	4,4	5,3	2,6	4,0	5,4	1,3	3,5	43,6	31,9	17,6	81,1	65,7
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	49,1	48,1	46,9	88,6	85,4

(1) Evolution du nombre d'actif : 1954 = 100

TABLEAU 21 LA RÉPARTITION DES EMPLOYÉS DE COMMERCE SELON LE SEXE ET L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET SON ÉVOLUTION DE 1954 À 1968

Code	Sexe et activité \ Date		Répartition (1)			Taux de féminité de l'emploi			Evolution des effectifs 1954 = 100	
			1954	1962	1968	1954	1962	1968	1962	1968
72	Commerce de détail alimentaire	H	31,9	37,4	35,5				125,1	139,6
		F	25,3	25,7	23,7				135,6	155,1
		T	28,3	30,6	27,6	44,7	46,7	47,3	129,8	146,5
75	Commerce de détail non alimentaire	H	20,4	20,7	22,3				107,9	137,3
		F	41,4	47,1	48,8				151,6	195,1
		T	30,7	35,1	36,1	67,4	74,4	74,6	137,4	176,3
72 75	Ensemble commerce de détail	H	52,3	58,1	57,8				118,4	138,7
		F	66,7	72,8	72,5				145,6	179,9
		T	59,0	65,7	63,7	56,5	61,5	62,7	133,8	162,0
71 74	Commerces de gros	H	17,0	16,3	15,4				102,4	113,5
		F	5,4	5,6	3,8				138,2	116,9
		T	11,0	9,9	8,4	24,4	31,2	24,9	108,1	114,3
73	Hôtellerie Débits de boissons	H	2,4	2,5	2,6				113,1	140,1
		F	2,6	2,7	3,0				139,2	192,2
		T	2,5	2,6	2,7	52,5	57,6	60,2	126,8	167,5
76	Commerces mal désignés	H	2,8	0,7	1,5				25,0	66,7
		F	4,4	1,1	2,1				31,8	78,9
		T	3,6	0,9	1,8	61,2	66,8	65,1	29,2	74,2
77	Intermédiaires du commerce et de l'industrie	H	4,4	2,0	2,2				47,6	63,6
		F	0,7	0,3	0,3				56,0	85,3
		T	2,5	1,0	1,1	14,2	16,3	18,2	48,8	66,7
83	Services aux particuliers	H	1,3	1,4	1,6				110,4	157,4
		F	1,6	3,4	3,3				276,0	329,6
		T	1,5	2,5	2,6	56,0	76,0	72,6	204,0	254,0
51	Industries alimentaires et assimilées	H	3,4	2,7	3,1				86,9	115,3
		F	5,3	5,0	6,0				120,7	179,7
		T	4,4	4,0	4,6	62,5	69,8	72,3	108,1	155,5
	Autres activités	H	15,9	15,7	15,2				105,9	127,5
		F	13,1	8,4	8,2				93,0	106,7
		T	15,2	13,3	14,3	45,3	41,1	41,0	102,6	118,1
	TOTAL	H	100	100	100				106,5	126,7
		F	100	100	100				133,7	165,2
		T	100	100	100	50,6	56,2	57,2	120,3	146,2

(1) pour 100 employés de chaque sexe à chaque date

TABLEAU 22 RÉPARTITION DES EMPLOYÉS DE COMMERCE SELON LE SEXE ET LA PROFESSION EN 1954, 1962 ET 1968

Sexe et profession \ Date		Répartition			Taux de féminité de l'emploi			Evolution du nbre d'actifs 1954 = 100	
		1954	1962	1968	1954	1962	1968	1962	1968
Vendeur Vendeuse	H	53,7	52,9	43,6				98,7	97,7
	F	83,7	91,1	91,2				138,3	174,6
	T	68,9	74,6	71,2	61,6	69,2	74,1	123,1	145,1
Gérant de magasin à succursales multiples	H	10,2	11,0	8,3				108,3	97,7
	F	10,1	7,8	5,7				97,7	90,6
	T	10,2	8,8	6,8	50,5	50,1	48,7	98,5	94,1
Garçon boucher et assimilés	H	20,5	25,2	25,6				122,7	149,9
	F	0,1	0,5	0,4				183,3	475,0
	T	10,1	11,1	11,0	0,5	2,0	1,6	124,6	151,7
Autres professions (dont voyageurs de commerce)	H	15,6	10,9	22,5				69,8	175,3
	F	5,9	0,6	2,7				12,5	72,2
	T	10,8	5,5	11,0	28,4	6,7	14,0	53,5	146,0
TOTAL	H	100	100	100				100,2	120,4
	F	100	100	100				127,1	160,3
	T	100	100	100	50,7	56,6	57,8	113,8	140,6

LA DIVERSITE DES PROFESSIONS DU COMMERCE DE DETAIL

d'après les petites annonces d'un grand quotidien parisien

OFFRES D'EMPLOI

FRANCE-SOIR 16 Janvier 1974

1 CADRES

★ Administratifs et commerciaux

Urgent
PORTE D'ORLEANS
Société de services rech.
CADRE ADMINISTRATIF

30 ans min. Hme ou Fme, solide formation comptable, tr. organisé, sens du contact humain pour assurer avec adjoint toutes opérations comptables et administrat. concernant 300 employés intérimaires. Tél. ou se prés. TECTRA, 122, av.Gl-Leclerc (14e), Me Porte-d'Orleans Tél. 533-25-64.

★ Techniques

Organisme de contrôle recn.
INSPECTEURS

habit. la rég. parisienne pr vérification d'appareils de levage. Connais. techniques et pratic. des appareils de levage. Ecr. av. CV ss le n° 62.924 - B, BLEU, 17,r. Lebel, 94 Vincennes, q. tr.

★ Technico-commerciaux

STE PRESTAT. SERVICES SURVEILLANCE-SECURITE FILIALE GROUPE IMPORT.

recherche
4 ATTACHES COMMERCX dynamiques, âge 25 a.min., excell. présentation, sens commercial, bon niveau formation générale.
Activ. ds Paris et banl. pr relat. prospects et clients. Fixe + primes + indemnit. Possib. évolut. pr éléments actifs. Adresser CV manusc. détaillé + photo retourn. et pret. n° 7.606 Publicites Reunies, 112, bd Voltaire, 75011 Paris, qui transmett.

★ Agents de maîtrise

Vous avez plus de 25 ans, vous êtes dégagé des O.M., vous avez le niveau du bac ou du B.T.S., vous pouvez devenir MONITEUR DE GESTION après une formation rémun. de 3 mois. début du stage : 25-2-74). Vous enseignerez les techniques de gestion à des chefs d'entrepr. artisan. Expér. appréc. 2 ans de vie d'entreprise ou d'enseignem. aux adultes. Préciser région désirée. Rémun. à l'entrée en fonction : env. 2.000 F brut. Env. c.v., photo en pied, prét. à FÉDÉRATION NATIONALE DE LA COIFFURE, 17, r. Notre-Dame-des-Victoires, PARIS (2e).

★ Achats et approvisionnement

2 Informatique

Import. Sté serv. distribut. recherche
PUPITREUR I.B.M./10
disqu. confirmé, not. Gap 2 exigé. Ec.av.réf.n° 63.781B BLEU 17, rue Lebel 94300-Vincennes, q.t.

3 Comptables

IMPORTANT GROUPE DE DISTRIBUTION, CENTRE DE PARIS,

recherche

TROIS CADRES DE COMPTABILITE

confirmés ds cette fonction depuis 5 ans minim. Il leur est demandé une solide expérience des bilans, de la fiscalité, de la comptabilité tenue sur ordinateur.
Ce poste n'implique pas de commandement mais l'habitude d'une comptabilité de siège social avec des liaisons fonctionnelles vis-à-vis des magasins.

Avant. socx, rest. d'entrep. Adress. c.v. et PRETENT. ANNUELLES BRUTES au N° 63.621-B, BLEU, 17, r. Lebel, 94-Vincennes, q. tr.

4 Mécanographes

EDITIONS ERPE rech. J.F. 25 a. min., libre ste mécano-facturière. Ecr. ou se pr. 48,r. M.-le-Prince-6e

5 Emplois de bureau

Imp. Sté de Distribution composants électroniques
PORTE DE VERSAILLES
recherche
1°) MI-TEMPS employée bur. pr traitem. comm. export. Expér. ind.
2°) TEMPS COMPLET employée bureau pour tenue fichiers produits.
Ces 2 postes sont à pourv. immédiat. 533-69-43.

Rech. FACTURIERE MAIN expér. pr bijout. fantaisie en gros. Sér.réf.exig. Se pr. FRANCE NOUVEAUTE, 154-156, r. Temple Paris-3e

. engage

TELEPHONISTE-STANDARDISTE

5x8. Echelle mob. Salaire 13e mois. Prime vacances. Tickets restaurant.

Se pr. à la SGCC, 91, bd Exelmans, 75016 Paris.

JNE FEMME EMPLOYEE magasin serv. commandes tel., travx bur. div., dem. par Sté des Couverts Dixi, 189, r. Temple, Paris-3e.

J.F. petit secrétariat pour mag. p. à-pter réception marchandis. et tenue stocks Cinéma, 58, r. de Passy

Printemps

Recherche

1) Pour ses Services centraux boulevard Haussmann
2) Pour un de ses magasins Périphérie de PARIS (Sud)

SECRETAIRES STENODACTYLOS

Se présenter tous les jours, sauf samedi, de 9 h à 12 h et de 14 h à 17 h 61, rue Caumartin, PARIS (9e) 7e étage, porte 701.

STE SAMADOC
recherche pour ses magasins
ENERGY-ROSNY-VELIZY
CONTROLEURS D'INVENTAIRES

chargés d'organiser les inventaires en magasin et de veiller à leur bon déroulement.
Env. c.v., photo et prét. Samadoc, Serv. Aff. soc., 19, r. Monnaie, Paris-1er.

Société Française de Distribution de produits alimentaires banl. Nord-Est recherche
PERSONNE

connaiss. bien problème de Règle, 30 a. min. Tél.Chef d'Entrepôt : 844-05-79.

★ Dactylos-facturières

POUR SES SERVICES DE PARIS
importante société commerciale, recherche

DACTYLOS DACTYLOS DEBUT.

Situation intéress. et sûre dans une Sté saine et sol. Ecr. avec c.v. et prét. O.P.G. n° 2.858, 13, rue d'Enghien, 75010 Paris.

PIERROT GOURMAND
recherche
EMPLOYEE

service payes au courant lois sociales Se présenter 72, av. Maurice-Thorez, 94-Ivry. Me Pierre-Curie.

Concess. PEUGEOT recrute
DACTYLO FACTURIERE expérimentée.
Sér. réf. exig. NOVECA, 139, av. Jean-Jaurès, 33 - AUBERVILLIERS.

★ Standardistes

import. organisat. commerc. rech. STANDARDISTE RECEPTIONNISTE
bilingue allem. Sal. intéress. +avant. socx. Env. candid +C.V. n° 6418 PA SVP, 37 r. Général-Foy, 75008 Paris

6 Secrétaires

HOME-CENTER DARTY-REAL

recrute

SECRETAIRE-COMMERCIALE

— Tous travaux de bureau.
— Connaiss. stenodactylo.
— Habitude contacts client.

Se presenter tous les jours de 14h à 17h : 151, av. Marcel-Cachin, 92-Chatillon-ss-Bagneux.

Impte sté commerciale recherche
SECRETAIRE

STENODACTYLO expérience 4 à 5 ans compétente dans formation, avant. sociaux - 5x8x13 Adress. demande manuscr. avec C.V. et photo M. Dussero, Sté Sopegros 37, r. Bassano, Paris-8e.

Concess. Simca Chrysler France, Olympic Garage 26, bd Strasbourg Nogent s.-Marne recherche Bonne EMPLOYEE bureau

pr assur. pt secrét. cclal. Se présenter.

7 Sténodactylos

STENODACT. pour service comptabilité facturation. S'adr. Concess. PEUGEOT 11, rue Béranger, Paris-3e (Me Réoublique)

Impte sté cclale fournitures équipements garages rech. pr bureaux tour d'Asnières (gare des Grésillons)
STENODACTYLO

EXPERIMENTEE AVANTAGES SOCIAUX RESTAUR. ENTREPRISE. SITUATION STABLE ET BIEN REMUNEREE. Téléphoner pour rend.-vs : 790-06-50 M. DELAUNAY.

Importante maison d'éditions recherche pour services commerciaux, excellente sténodactylo, travail varié, salaire selon compétence, avantages sociaux, libre de suite. Téléphoner 033-94-10, poste 2[illegible].

8 Empl. temporaires

Remplacem. IMMEDIATS de longue ou courte durée dans le secteur de votre CHOIX.

12 Dessinateurs

Sté install. magasins et stands ch. dessinateur dessins et maquettes. Ecr. n° 63.625-B, Bleu, 17, rue Lebel, 94-Vincennes, qui tr.

13 Agents techniques

Pour Tour LA DEFENSE recherchons
AGENTS DE SECURITE

si possib. anciens pompiers

Ecr. ou tél. p/r-v. SCG 12 Tour Septention Cédex N° 9 92081 Paris-La Défense 776-42-45, poste [illegible]

15 Manutention

BHV
BELLE EPINE

recherche

Manutentionnair. HOMMES

5x8. Avantages sociaux. Restaurant inter entreprise Achats personnels avec réduction 15 %.

SE PRESENTER Service du Personnel du mardi au vendredi de 14 h. à 18 h. CENTRE COMMERCIAL BELLE EPINE Cidex 102 94531 Rungis principal ou tél. 687-13-01, poste 267

Société française de distribution de produits alimentaires banlieue Nord-Est recherche
CHEF DE QUAI

Hor. varié 30 ans min.Tél. Chef entrepot, 844-05-79.

Dorothée Bis recherche HOMME pr ménage magasin et courses, permis V.L. Tél. : 222-33-63

FRANCK ET FILS Habillement féminin recherche

J.F. minimum 30 ans, très active, bonne mémoire pour réception, contrôle et manutention Vêtements féminins

Place stable. Rest. entrepr.

Se presenter de 15 à 17 h 91, avenue Paul-Doumer PARIS-16e, Me MUETTE

16 Gardiens

AGENTS DE SECURITE DE JOUR ET DE NUIT français. Postes fixes et remplacements Paris-banl. Val-d'Oise et Yonne. Se pr TOUS LES JOURS, G.P.S. 9,r.Meslay-3e Me Repub.

SUITE

17 Garç. de courses Magasiniers

JNE COURSIER-MANUT. maroquinerie Républiq., 144, bd Villette, 19°. 206-11-57.

Jeune coursier. Se présent. Papeteries des Victoires, 13, rue du Mail, PARIS (2°).

Magasinier-coursier Garage Marie-Anne, 2, rue Louis-David, 93-Bagnolet.

Ch. coursier livrais. Paris, 1.300 F mens. nour. possib. log. Tél. 033-34-69

ENTREP. DISTRIBUTION CHAMPIGNY-S/MARNE recherche pour SERVICE EXPEDITION
HMES AID. MAGASIN.
sachant lire et écrire. Travail 5 x 8, équipe. Se prés. 1, r. Chemin-Vert, 94-Champigny-s/Marne.

18 Filles de ménage Personnel

Se pr. LA VOGUE, 38, bd des Italiens (9°), 16, bd Saint-Denis, PARIS (10°).

28 Presse-Publicité-Edition

Courtiers (ières) supp. acr. % élev. Se pr. ORED, 47,r. Montorgueil-2°. 508-11-09

30 Garages

Pompiste Station Shell, 32, rue de Rungis, Paris-13°.

GARDIEN DE NUIT 150, r. Crimée, Paris (19°)

PREPARATEURS PEINTRES en voitures av. permis. Garage St-Jacques 149,r.L.-Norman. Por.54-50

GRAISSEUR bon pilote. M.P.A., 93, rue Monceau.

POMPISTE NUIT av. ref. 266-41-00.

Stat.-serv. M° Robespierre rech. vendeurs-graisseurs tr. bonnes connais. mécan. Tél. 287-09-05.

Tôlier-peintre voit. quart. Etoile. Tél. 337-88-22.

Dem. apprenti mécanicien, Clichy. Tél. 737-24-57.

Mécanicien P3 ayant conn. carross. Tél. 253-50-34.

Tôliers P2-P3, bon salaire. 655-21-88.

Carrosserie DUMUIS Peintres qualif. et préparateurs - 254-33-37.

Très bon tôlier ttes marq. 2.500 F mens. 733-65-00. Inut. téléph. sans b. référ.

MECANICIENS P3
référ. exigées. Place stab. SEGUR AUTOMOBILE 15, bd Garibaldi, Paris-15°

URGENT VENDEUR V.O. et Préparateur VN-VO, places stab. DOR. 38-87.

Urgent ch. Tôliers P3 3,r.Petit, Clichy. 270-18-94

31 Auto-Ecole

ST-DENIS. MONITEUR mi-tps. 14 à 21 h. 752-28-35

Moniteurs tps compl. condit. intéress. Tél. : 231-05-13.

Urgt Moniteur fixe assur., poss. logt. 522-29-80.

36 Blanchiss.-Teintur.

Bonne repasseuse. Ferret, 20, r. Godot-de-Mauroy-9°.

Usine Asnières, apprêteuse 2° main et manutentionnaire Tél 793 38-13.

Manutentionn. ou réception ...

Urgt 1re main qual. très bon sal. 53, bd Gouvion Saint-Cyr (17°). 380-13 09

Réceptionniste. Bon. prés. Place à l'année. Bon salaire 55, rue Réaumur, Paris-2°.

1re main détach. pour rem placem. Tél. : 331-50-03.

Urgt, 1re main-détacheuse-presseuse. Trav. assuré tte l'année. Bon sal. 737-17-37

Presseur qual. Bien payé. Royal Pressing, Cité FFF, Athis-Mons. Tél. 904-44-34.

37 Chauff.-livreurs

Chauffeurs PL livraisons Paris banl. Sal. 2.000 F. Se pr. Transp. Fosse, 14, av. E.-Vaillant, Pantin 93 (Gare marchandise SNCF).

Sté de distribution fournit. et mat. garage Aubervilliers recherche
CHAUFFEURS-LIVREURS VL confirmé
Libre de suite pr tournée Paris banlieues. 833 45-67

Chauff.-livr. encaisseur pr livrais. Paris. Se prés. PATIS-FRANCE, 236 bis, r. de Tolbiac, Paris-13°.

38 Coiffeurs-euses

1 assistant-te ou 1 apprenti-e, Paris-8°. 265-29-78 r.v.

LE BON MARCHE
recherche pour les samedis et lundis
ESTHETICIENNES
MANUCURES
S'adresser salon de coiffure 5, rue de Babylone PARIS 7°. 3° étage.

LE BON MARCHE
recherche :
APPRENTIES-COIFFEUSES
avec contrat
S'adress. Salon de coiffure 5, rue de Babylone, PARIS-7°. 3° étage.

LE BON MARCHE
recherche EXTRAS pour les lundis et samedis :
ESTHETICIENNES-MANUCURES
2 COIFFEURS-EUSES DAMES
1 COIFF. HMES
S'adresser Salon de coiffure 5, rue de Babylone, PARIS-7° 3° étage.

39 Commerce

Boucherie Nanterre ch second ss balance, nourri, logé. — Téléph. 204-16-02.

J. commis boucher nour log. Se prés. 11, r. Martyrs, 9°.

Chef boucher et second balance. Pl. stab. 272-27 07.

Ch. boulanger ou pâtissier nour., logé. Petit, 19, av. Marceau, 92400 Courbevoie. Téléphone : 333-10-07.

Ch. boulanger nourri, logé, 89, bd Grenelle. 783 49-44

Boulanger et pâtissier nour. log. Téléphone : 222-77-12.

Vendeuse qualif. ou début charcuterie Tél 578 01 68

CENTRAL CASH
ROSNY-SOUS BOIS (93)
JNES BOUCHERS
dégagés obligat. militaires Hor. : 6 h.-13 h., 14 h.-17 h. Libres samedi après-midi-dimanche.
Tél. 858-27-10, poste 31 et demander M. VILLEAU.

Boucherie 14° ch. apprenti second balance. 828 76-42

Sté Edgar ch. chef traiteur, vendeurs-euses 727-73-78

PATISSIER. Fermé jeudi. Romainville 845-56-00.

Boucher de marché ch. jne chef serv bnes ref. Si marié logt assuré. Plus tard poss. gérance Tél soir 978 12-47

Chef boucher exp. 2.900 F net 13 ms et seconds bal. 2.000 F net env. 13° ms. Se prés. Uniprix, 2, rue du Commerce, Paris (15°).

Ds le cadre de son expansion à Paris, Record hypermarché à Bagnolet rech. CHEF DE FILE épicerie responsable secteurs caisses EMPLOYEES DE BUREAU CAISSIERES APPROVISIONNEUSES RECEPTIONNISTES hmes MANUTENTIONNAIRES Se pr. bur. provis. Record, av. Gallieni, 93170 Bagnolet (sortie métro Gallieni).

Boucher 11° arrdt ch. jnes seconds Tél. au 700-09-49

SECOND BOUCHER Possibilité logé 700-14-40

Rech. jne ouvrier pâtissier + vendeuse début. Poss. logt. 5, rue de l'Aqueduc (10°).

Ch. APPRENTIE VEND boulang.nourr.log.326-90-59

Ch. EMPLOYE PR DROGUERIE. Tél. 208-19-47

Boucher ch. chef et second balance. Tél. et se pr.14h30 à 20 h, 98, av. République, 94-Thiais Tél. 680-23-59.

BOUCHERIE NICOLAS 154, Fg-St-Antoine-12°, ch CHEF BOUCHER min. 27 an, et SECOND. Possibilité nour., log. Tél 343-52-51

VENDEURS-EUSES QUAL. CHARCUTERIE 272-27-43 38, rue de Bretagne (3°).

Pr 92-Boulogne jne commis même début. pr libre-serv. Poss. être logé 283 67-70

BOUCHER-LIVREUR Boucherie Claude, 79, rue de Seine (6°) 326-11-44.

Charcuterie-salaisons, 93-Saint-Denis, recherche OUVRIERS CHARCUTIERS sachant cond., permis V.L. Tél. 822-07 49.

CAISSIERE COMMIS QUALIFIF Charcuterie Sabard, 37, rue des Belles-Feuilles (16°).

DEBUTANT
Boucherie, 36, rue Duret, Paris (16°) Tél 727-64-50

BOUCHERS tps complet, tps partiel. PREEMBALLEUSES temps complet Prisunic, 25, av. Ternes-17°

FORT SECOND BOUCHER Boucher, 16°, MIR 83-00

Vendeuse et commis charc. Repos sam apr.-midi + dim. 101, rue de la Tour (16°). 870-32-47

Second-balance boucher ou Jeune Chef — 208-40-05

Supermarché IFAPRIX, VIRY-CHATILLON
BOUCHER
Téléphone : 905-26-19.

J. COMMIS-PATISSIER repos dimanche après-midi et lundi. Paris. 272-36-80.

Charcuterie de marchés ch. COMMIS nourris, logés. MEYER, 18, rue des Goulvents, 92-Nanterre. Tél. : 204-27-77

Vendeuse nourr. log. Charc. Blanchard. Tél 331-42-90.

Epicerie libre-service 129, bd Voltaire-11° rech. Vendeuses crémer., épicerie

Primeurs ch. VENDEURS GRIVEAU, 90,bd Lefebvre (15°). — 532-27-55.

MONOPRIX
recherche
POUR SON MAGASIN DE
CHAVILLE
- VENDEUSES
CAISSIERES L.S.
- 1 RESERVISTE HOMME
Se présenter à la direction du magasin 100, R ROGER-SALENGRO 92-CHAVILLE.

COMMIS-CHARCUTIER sachant conduire. Se prés. vers 13 h. Sté Nutritia, 106, av. de Paris, Villejuif (94). Tél : 588-25-22.

COMMIS BOUCHER Début 1re ou 2° année Se prés. Pétard, 37, r. St Ferdinand-17°. ETO 10 72.

Boulang ch. Vendeuse nourri, logé. Repos dim. Tél. : 250-01-71.

Aide-Alimentat. nourr. log. 249, bd Raspail Dan.46-86

Débutante boul. nour. non log. 28,r. Pépinière. Fermé dim. T. 522-23-27. Métro St Augustin ou St-Lazare.

Supermarché Franprix, 35, r. de l'Eglise 15°, emb.caissières reapprov et manutentionnaire homme

BOUCHERS pr Bois-Colombes. — Tél. : 844-70 09.

Ch. ouvriers et vendeuses charcuterie Nourris, logés Tél. : 333 13 04

40 Vendeurs-euses

ROCHE BOBOIS
rech. pr son magasin de
VERSAILLES
une vendeuse étalagiste ayant expérience départem. boutique. Libre de suite S'adresser au 109, bd de Sébastopol, 75003 PARIS Tél 218 18 68

Vendeur (euse) Alimentat fruits et légumes. Nourri Poss. logt. Se prés. 4, rue Meissonier, 75017 PARIS.

Cours Halles ch. vendeurs-euses, b. sal. Se pr. 117, r. Mouffetard, 5°. 490-05-06

Vendeuse qualif. boulanger pâtiss. et jne début. nour. -log. tt cft. 93-MONTREUIL Téléphone : 287-96-34.

Ch. VENDEUSE cremerie nourrie, logée. 254-16-36

Vendeur (euse) disques, instrum. musique, banlieu Sud Antony. 666-17-45

Vendeuse libre dim., log nour Boulang., 18 bis, ru d'Hauteville, Paris (10°)

Vendeuse boulangerie-pâtiss repos 1 sem sam.dim. et sem. mercr dim. 215, rue St Honoré (1er). 260-41-35

VENDEUSE nour log., repo dimanche Boulang PIGNE 3,r.Vineuse-16°. TRO 56-65

VENDEUSE prêt-à-porter Valérie, 53, bd St-Miche

Jeune vendeuse papeterie même déb. Latin Papier, f r Racine-6°, à part. 13 h

Papeteries fournit. bur ch vendeuse 18 a.min. Bonn prés. ex.g. Du lundi au vend Tél.p. r. vs 770-77-8

Comestibles ch. vendeuses 1.500 F mens. nour Possib logem. Tél 033 34 6

Vendeur qual. sport campin Tél. ou écr. Roll'sport, centre comm.n° 1 Sarcelles/9 990-21-38 - 990-32-29

Ste pleine expans. pr nouveau système vte, vendeurs ses, format. ass. Mat. 9 h 12 h., 3, r. Lacépède (5°)

Vendeuse respons. magasin chaussures Hme. Fixe+% Tél. 254-37-06

Rest. Dominique, 19,r. Bré (6°) ch.pr rayon gastronom officier-vendeur Sal mens 1 650 (nourri).

Rech vendeur HI-FI et SONO avt expér. 5x8. Salaire selon compét. 19, r Claude Bernard (5°). Téleph. 331 95 14 - 331 47 69

Rech. vendeur livreur pour magasin meubles Paris-13° 535-52 83.

Dalloyau, pâtissier, 101,Fg St Honoré, P.-8e, 359 11-35 ch. vendeuse pâtiss. nourr poss. logt. 2 jrs repos sem

Vendeuse crémerie même début., log. nour. 722-39 7

8° Urg mag chauss. dam luxe, ch. vendeuse fin janv qual., bon sal. 954-29-81

Recherche
1ère VENDEUSE
qualif. pour prêt-à-porter. Responsabilité magasin. Env. CV détaillé sous n° 297.563 à Régie Presse 85 b.,r.Réaumur, Paris-2°

VENDEURS QUALIF. SER REF
BERDY Habilleur, 79, av des Ternes 17°. ETO 35-1

Ch. vendeuse boulang.-pati repos lundi Tél 828 21 6

Vendeuse nour.log Boulan Lame, 111, av Mozart, 16

Chausseur 1°) Vendeur qua 2°) Garç. 16 a. manut. vente 011 33 15, 1° 19

Vendeur cours des Halle bon sal. si capab. MAILLI 91, rue Cambronne (15°)

Boulangerie demande VENDEUSE Téleph. 797 03-6

Vendeuse fleurs nourrie logée chb indép., eau chau et froide chauff. Mais. Fo lenault, Marché Fleurs, Ternes, Paris 17°

SUITE ET FIN

Papiers Peints Myriam ch. J.F. AIDE-VENDEUSE 4, r. Etienne-Marcel (2e).

VENDEUSES préparation livrais. domic. LUCE, pl. Passy (16e). T. AUT.30-93.

SOCIETE STALAVEN La Ferté-Alais (Sud Ile-de-France) charcuterie de Bretagne, rech dans le cadre de son expansion
2 VEND.-LIVREURS
Domicile souhaité : envir. La Ferté-Alais. Sect.à pourv 45. Form. ass. Fixe+commissions. Av. socx. Ecr.av CV et photo à M. Pailu, 9, av. Sacha-Guitry, 91590 LA FERTE-ALAIS.

Torréfacteur ch. vendeuse sérieuse. 737-07-33.

VENDEUSES début. 16-17 ans, habit. arrdt ou limit. Lingerie, 63,r. Sedaine-11e
TRIMIS

Magas. prêt-à-port. H. ch 1re) VENDEUR
très bien rémunéré. Perkins, 51, av. du Général-Leclerc, Paris (14e).

POUR ANTONY
VENDEUR CONFIRME
EN AMEUBLEMENT.
Place stable. Bon salaire. Tél. pr rend.-vs 237-48-01.

VENDEUSE
expér. sans repons. initiat. Réf. exig. pr mag. pap. p. Cinémode, 56, rue Passy. J.F. pr réception march. tenue stocks.

LE BON MARCHE
recherche
VENDEURS
MOQUETTE
ayt plusieurs années d'exp. Dégages oblig. milit.

S'adr. Bureau du personnel 5, r. de Babylone, Paris-7e de 9h15-12h et 14h30-17h.

NOUVEAU MAGASIN avenue CHAMPS-ELYSEES spécialiste femmes fortes ch. excell. vendeuses plein tps, mi-temps, extra, avant longue exp. pr.à-à-porter féminin. Réf. exig. Tr. b. salaire. Se pr. Milady, 120, Ch.-Elysées, Me George-V.

VENDEUR
expérimenté prêt-à-porter homme de luxe. Environ 30 ans avec références. TRES BON SALAIRE. Pl. stable, 26, r. Tronchet.

Sté Clauzade fruits primeurs 215, r. de Tolbiac, Paris 13e, ch. vendeurs-euses, même début. log. ou non. Cantine. Ecr. ou se prés.

Vendeurs cours halles très sér. Se pr. 43, av.F.-Faure

MONDIAL MOQUETTE
recherche
VENDEUR
très bon salaire. Se présent. 40, quai d'Austerlitz, Paris

Vendeurs (euses) poissonnerie. Se prés. 14, r.des Petits-Carreaux-2e. Cen.75-59.

Jne vendeuse charcut. log.-nour. Fermjeudi 208-29 02

Vendeuses qualifi. crémerie 79,r.de Courcelles.622-22 16

Vendeuses qual prêt-à-porter feminin, bonne présent 25 a min. de suite TIJ PANY, 12, r de Bevres, PARIS 8e.

VENDEUSE PARFUMERIE Réf. Paris 2e. T. 231 11 11

Vendeuse boulang. 1.400 F mens. 350-89-08, L'Hay.

KORRIGAN
MONIQUE PARDINA
Vendeuse tr. qual. dynamiq. prêt-à-porter feminin luxe Lib. de suite. 239, Fbg-St-Honoré-8e. Me TERNES.

Vendeuse (eur) qual.comsat. 47,av. M.-Piquet. Sep.54-04

J.H. VENDEUR-ETALAG. Se prés. La Blouse des Halles, 140, r.du Fbg-St-Martin (10e). Me Gare-de-l'Est.

La Cie du Froid alimentaire recherche
ANIMATRICES
possed. voiture pr vente et demonstrat. produits surgel. Fixe intéress. % sur les ventes. Frais de voit. Se pr. mercredi 16/1/74 a part.de 14 h. 48, r. de Laborde-8e

Quartier SAINT-LAZARE
TRES HAUT SALAIRE
a
1er VENDEUR
habilleur-chemisier de val. 30 ans, sérieux, références Ecr. n° 7.605 Publicités Reunies, 112, bd Voltaire, 75011 PARIS qui transmet.

FRANCK ET FILS
Habillement féminin
recherche
J.F. 18 ans minimum
Très bonne présentation
AIDES-
VENDEUSES
Places stables. Rest. entrep.
Se presenter de 15 à 17 h
FRANCK ET FILS
91, avenue Paul-Doumer
PARIS-15e. Me MUETTE

Franck et Fils dem. Vendeurs-ses confect. Hme av. rél. Se pr. 106, bd Grenelle

HERFILCO S.A.
54, r. Chapiel 92303 Levallois-Perret, rech. pr son Salon Arts Managers du 23 Févr. au 10 Mars 74
EXCELLENTS VENDEURS
av. expérience, confirmés. Très forte commission. Se prés. ce jour ou tél. 737-95-14 ts les jours, à M. Lesgold, pr rendez-vs.

LE BON MARCHE
recherche :
VENDEUSES-
RESPONSABLES
Impt Rayon Pâtisserie.
Avant. sociaux. Repas dim. et lundi. S'adr. Bur. du Personnel, 5, r. Babylone, Paris-7e, de 9h15 à 12 h et de 14h30 à 17 hres.

43 Prêt-à-porter

TED LAPIDUS
cherche
RESPONSABLE D'ACHATS
VETEMENTS BOUTIQUE
expérim., connaissant vente détail. Se pr. 37, av. Pierre-Ier-de-Serbie PARIS (8e)

Rech vendeur-se style. Tr. bne prés. Se pr. Penthouse 32, bd Poissonnière Paris 9e

44 Textiles

Grossiste tissus ch. vendeurs. Manutent. Se pr. Vivatex, 1, r. Delmons 2e

47 Cuirs et peaux Maroquinerie Voyages

Urg. : Ouvriers cordonniers pour tenir stand Centre Commercial RADAR Livry-Gargan (93). Se présenter.

Ouvrier Cordonnier. S'adr. 26 bis, bd Diderot, 12e.

52 Offres d'emplois divers

Si vs désirez gagner 3.000 F et plus O.C.D.P. vous offre une place stable de REPRESENTANT, début. acceptés. Voit., sérieux, sexe mascul. exigés. Tél. pr r.-vs au 277-84-16 ou se présent. Sté O.C.D.P., 61, r. Meslay, PARIS (3e), tte la semaine

Studio de CREATION PUBLICITAIRE recherche GRAPHISTES-MAQUETTE, compl. jnes, 25 a. min., efficaces. Mlle Silvil 229-45-97

J.G., J.F. gagnez 80 F p. jr rien à vdre. Sté CORDAN 65, bd Davout, PARIS-20e.

JEUNES sans spécial., vie gadgets, payés chaque soir 100 à 200 F. Véhic. fourn. GABRIEL G — 742-67-55.

TAPISSIERS GARNISS. VILLIERS, avt perm. cond. pr ST-CYR-L'ECOLE. Tél. : 923-14-85 ou 923-11-67.

DISTRIBUTEURS prospectus. SOGEBAT, 303, r. de Charenton, PARIS (12e).

Dame min. 30 a. pr magas. à succursales multiples. Pas de connaiss. spéciales. Se présenter mardi 15, de 10 à 11 h et mercredi 16, de 14 h 45 à 16 h. S.t.C., 14, rue Croix-Nivert, Paris-15e.

Self du Bon Marche 38,r.de Sèvres-7e. H. ou F., samedi et lundi+personnel 11-15 h.

Ch. poseur moquette très expér. Capable mètrer moquette. Décor, 15, r. Gén.-de-Gaulle, Enghien. Téléph. 964-03-19.

Maison de Vins Charenton offre POSTE MAITRISE à Hme 40 a. mini. pr assurer surveillance personnel sur march. embouteillage et travaux administr. Très sér. référ. exigées dans emploi simil., même professionnel. Ecr. à n° 9653 SPERAR, 75, Chps-Elysées (8e) q.tr.

PREPARATEURS
DE COMMANDES
liquide et aliment., sachant lire et compter, sér. référ. exig., cant., avant. sociaux. Vins Hauser, 12, r. l'Arcade Charenton (Me Liberté).

JF JG vente gadgets 100 à 200 F pr jr. T. 387-95-76

RECHERCHE
DEMONSTRATRICES
2 PR GRDES SURFACES
Qualif. excell. présentation
VEHICULE FOURNI.
BONS SAL. + FRAIS.
Tél. pr r.-vs 874-41-71.

FRANCK ET FILS
Habillement féminin
recherche
pour ses différents rayons
J.F. minimum 30 ans
VENDEUSES
pour le lundi
seulement
Bons appointements
Se présenter de 15 à 17 h
FRANCK ET FILS
91, avenue Paul-Doumer
PARIS 16e Me Muette

Importante Société Distribution
cherche Immédiatement
MANUTENTIONNAIRES
Hommes, dégagés obligations militaires
POUR TRAVAIL DE NUIT
Situation stab. 40 h hebdo. 5 semaines congés.
Très nombreux avantages sociaux.
Salaire mensuel de l 'ordre de 1.800 F.
Ecrire N° 14.210 CONTESSE Publicité
20, av. Opéra, 75040 Paris Cédex 01, q. tr.

galeries lafayette
recherchent
- J.F. EMPLOYEES AUX ECRITURES QUALIFIEES
  NOTIONS COMPTABILITE OU HABITUDE CHIFFRES NECESSAIRE.
- J.F. AIDES COMPTABLES
  C.A.P. EXIGE + EXPERIENCE PROFESSIONNELLE.
- DAME STANDARDISTE
- POMPIERS SERVICE SECURITE
- HOMME ECONOME ALIMENTAIRE
- MAGASINIERS, MAGASINIERES
  POUR PARIS ET ILE SAINT-DENIS. C.E.P. ET CERTIFICATS DE TRAVAIL EXIGES.
- HOMMES MANUTENTIONNAIRES
  EQUIPE 3 x 8.
- CHAUFFEUR POIDS LOURDS
- DAME PREPOSEE LAVABOS
  POUR MAGASIN MAINE-MONTPARNASSE

Se présenter tous les jours de 10 à 12 heures ou de 15 à 17 heures avec pièces d'identité et certificats exigés à nos services des demandes d'emploi, 29, rue de la Chaussée-d'Antin, PARIS (9e), 7e étage.

NB. Pour ces trois pages, on a procédé à un découpage (et à un montage) de celles des annonces publiées dans le numéro du 16 janvier 1974 qui semblaient se rapporter explicitement au commerce de détail.

ANNEXES DU CHAPITRE III

APPROCHES GEOGRAPHIQUES DE LA POPULATION ACTIVE DU COMMERCE DE DETAIL

LISTE DES TABLEAUX D'INDICATEURS DÉPARTEMENTAUX CALCULÉS POUR LA CONFECTION DE CARTES (1)

A) ENSEMBLE DES ACTIFS SELON LA CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

. Pour chacun des recensements de 1954, 1962, 1968 (2) (21 tableaux)

- Actifs des 3 CSP du commerce en % de la population active totale
- Gros commerçants en % de la population active totale
- Petits commerçants en % de la population active totale
- Employés de commerce en % de la population active totale

- Gros commerçants en % du total des actifs des 3 CSP du commerce
- Petits commerçants en % du total des actifs des 3 CSP du commerce
- Employés de commerce en % du total des actifs des 3 CSP du commerce

. Evolutions 1954-1962, 1962-1968, 1954-1968 (21 tableaux)

- du nombre d'actifs des 3 CSP
- du nombre des gros commerçants
- du nombre des petits commerçants
- du nombre des employés de commerce

- du rapport gros commerçants/total actifs 3 CSP
- du rapport petits commerçants/total actifs 3 CSP
- du rapport employés de commerce/total actifs 3 CSP

B) C.S.P., SEXE ET STATUT (25 tableaux)

. Taux de féminité de l'emploi (1954-1962-1968)

- 3 CSP réunies
- gros commerçants
- petits commerçants
- employés de commerce

. Statut (1954-1962)

- indépendants et employeurs en % du total des actifs des 3 CSP
- aides familiaux en % du total des actifs des 3 CSP
- aides familiaux en % des gros commerçants
- aides familiaux en % des petits commerçants

---

(1) Les minutes de ces tableaux ont été conservées, à toutes fins utiles. Toutes les cartes correspondantes n'ont pas été reproduites dans cette thèse.

(2) Résultats exhaustifs pour 1954 et 1962 (fascicules départementaux publiés par l'INSEE), sondages au quart pour 1968 (tableaux mécanographiques).

. Féminité de l'emploi et statut (1962)

- TFE des aides familiaux
- TFE des aides familiaux gros commerçants
- TFE des aides familiaux petits commerçants
- Aides familiales en % des femmes actives gros commerçants
- Aides familiales en % des femmes actives petits commerçants

C) ACTIFS SELON LES CATEGORIES D'ACTIVITES ECONOMIQUES COLLECTIVES

. Situation en 1954, 1962, 1968 (15 tableaux)

- Actifs du commerce en % de la population active totale
- Actifs du commerce de détail en % des actifs du commerce
- Actifs de l'hotellerie-restauration-débits de boissons en % des actifs du commerce de détail
- Nombre d'actifs de l'hôtellerie pour 100 actifs des débits de boissons
- Rapport actifs du commerce de détail alimentaire/actifs du commerce de détail non alimentaire

. Evolutions 1954-1962, 1962-1968, 1954-1968 (24 tableaux)

- du nombre d'actifs du commerce
- du nombre d'actifs du commerce détail
- du nombre d'actifs de l'hôtellerie-restauration
- du nombre d'actifs du commerce de détail alimentaire
- du nombre d'actifs du commerce de détail non alimentaire

- du rapport actifs du commerce/population active totale
- du rapport actifs du commerce de détail/actifs du commerce
- du rapport actifs commerce détail alimentaire/commerce détail non alimentaire.

o

LISTE DES TABLEAUX D'INDICATEURS URBAINS

(agglomérations de plus de 50 000 habitants)

A) CATEGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES

. Situation en 1954, 1962, 1968 (12 tableaux)

- gros commerçants
- petits commerçants
- employés de commerce
- ensemble

en % de la population active totale

. Evolutions 1954-1962, 1962-1968, 1954-1968 (12 tableaux)

(pour celles des agglomérations autorisant le calcul des indicateurs)

- des effectifs de chacune des 3 CSP et de l'ensemble
- de la part de chaque CSP dans la population active totale

B) ACTIVITES ECONOMIQUES COLLECTIVES

. Situation en 1962 (6 tableaux)

- actifs du commerce au lieu d'emploi en % du total des actifs au lieu d'emploi (nomenclature Comptabilité Nationale)
- rapport actifs au lieu d'emploi/actifs au lieu de résidence
- idem actifs du commerce
- rapport actifs du commerce détail alimentaire/actifs commerce détail non alimentaire
- actifs de l'hôtellerie et des débits de boisson en % de la population active totale résidente
- rapport actifs du commerce de détail/actifs du commerce de gros

. Evolution 1954-1962 (5 tableaux)

- des effectifs du commerce de détail (alimentaire, non alimentaire, ensemble)
- du rapport actifs commerce détail alimentaire/actifs commerce détail non alimentaire
- du rapport actifs commerce détail/actifs commerce de gros

. Evolution 1962-1968 (4 tableaux)

- des effectifs du commerce de détail (alimentaire, non alimentaire, ensemble)
- du rapport alimentaire/non alimentaire.

o

EXEMPLE DE FICHE UTILISEE POUR LE RELEVE DES DONNEES AFFERANT AUX POPULATIONS ACTIVES URBAINES DU COMMERCE

RECENSEMENT 1962
(exhaustif)
A G G L O M É R A T I O N S

Ville ou aggl. MELUN

Département 77 Seine-et-Marne

CSP en %	selon la CSP de l'actif	selon la CSP du chef de famil.
Patrons, Ind. Com.	8,1	7,8
Prof. lib. Cadres S.	6,5	8,0
Cadres Moyens	11,6	9,6
Employés	19,7	11,0
Ouvriers	42,7	38,1
P. des service	6,3	2,9
autres	4,1	3,8
Total actifs		

(A_4 résumé)

A 1 Population – Age – Sexe

Age	2 sexes	%	H. %	F. %
0 – 14	12.136	27,5	13,9	13,6
15 – 24	6.341	14,4	7,4	6,9
25 – 64	21.724	49,2	25,2	24,0
65 et +	3.927	8,9	3,4	5,5
total	44.128		49,9	50,1

A 2 Population active ayant un emploi (sexe, catégorie, d'A.E., statut) dans le commerce.

A. E.	Code	Deux sexes total	%	I.E.	A.F.	S	S. masculin Total	I.E.	A F	S	S. féminin total	I E	A F	S
Commerce agric. et alim. (gros)	7-1	125	0,7	15	1	109	101	13	-	88	24	2	1	21
Commerce agri. et alim. (détail)	7-2	575	3,1	185	78	312	310	134	3	173	265	51	75	139
Hôtellerie débits de boiss.	7-3	363	2,0	148	50	165	145	67	5	73	218	81	45	92
Autres commerces de gros	7-4	316	1,7	24	2	290	242	21	-	221	74	3	2	69
Autres commerces de détail	7-5	862	4,7	220	70	572	444	148	5	291	418	72	65	281
Commerces mal désignés.	7-6	19	0,1	11	2	6	6	4	-	2	13	7	2	4
Total commerce de détail	/													
total actifs (toutes A.E.)	/	18.517	100%	1.592	295	16.630	12.064	1.181	26	10.857	6.453	411	269	5773

I.E. = indépendants et employeurs – A.F. = aides familiaux – S = Salariés

A 4 détail

C. S. P.	selon la C S P de l'actif 2 sexes T	%	I E	S	Hommes T	IE	S	Femmes T	IE	S	selon la CSP du chef de menage T	%
indust. gros comm.	265	1,4	223		195	193		70	30		197	1,5
artisan. petit com.	1.238	6,6	1.011		769	751		469	260		813	6,3

A 5 Statut d'occupation de logements (%)

propriétaire 27,9
co-propriétaire 8,7

locataire, s/loc. 45,4
loc. meublés, hôtels 2,2

autres 15,8

EXEMPLE DE FICHE DESTINEE A L'EXPLOITATION DES TABLEAUX CROISES ACTIVITE/CSP

département ou agglomération

1 PA 26/Q - 1968 - 1/20 Actifs du commerce de détail selon le sexe, la branche, et la CSP

Code	C.S.P	Commerce alimentaire 72							Commerce non alimentaire 75							Ensemble commerce de détail 72 + 75						
		Total actifs	%	dont: hommes	%	femmes	%	T.F.E	Total actifs	%	dont hommes	%	femmes	%	T.F.E	TOTAL ACTIFS	%	dont: hommes	%	femmes	%	TFE
2	Patrons																					
5	Employés																					
2+5	Patrons + Employés																					
	Autres CSP																					
3	dont: Prof. lib. Cadres S																					
4	Cadres moyens																					
6	Ouvriers																					
	TOTAL		100		100		100			100		100		100			100		100		100	

M. COQUERY -

2 PA 44/Q. 1968. 1/20 Actifs du commerce de détail selon le sexe, la branche et le statut

Statut	commerce alimentaire 72							Commerce non alimentaire 75							ensemble commerce de détail 72+75						
indépendants + employeurs + AF																					
dont: Ind + Empl. aides familiaux																					
apprentis et salariés																					
TOTAL		100		100		100			100		100		100			100		100		100	
	Total actifs	%	dont: hommes	%	femmes	%	T.F.E	Total actifs	%	dont: hommes	%	femmes	%	T.F.E	TOTAL ACTIFS	%	dont: hommes	%	femmes	%	TFE

3 Actifs des 3 C.S.P du commerce selon le sexe 1968. 1/20

	Gros Commerçants	Petits Commerçants	Gros C. + Petits C.	Employés de commerce	TOTAL
TOTAL					
% Population active totale					
dont: hommes					
femmes					
T.F.E					
% Popul. active non-agricole					

4 Part des actifs du commerce de détail dans la population active

	Population active totale			Population active non agricole		
	H	F	T	H	F	T
Effectifs						
dont % C. alimentaire						
C. non-aliment.						
Ensemble C. détail 72+75						

EXEMPLE DE TABLEAU MECANOGRAPHIQUE PRODUIT PAR L'INSEE
PA 26/Q CROISANT ACTIVITE ECONOMIQUE, SEXE ET CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE
(Recensement de 1968, sondage au quart. Feuille de Melun)

A0368 010 26 01 10 09 111771501 103 68 026 7001120853* P16* FRAC 3/ 4 PAGE 3
*****

SEINE-ET-MARNE - AGGLOMERATION DE MELUN

01 RP68Q USP:4 CHAMP:TA=10U2(ACTIFS AYANT UN EMPLOI) PA26/Q
(E1) SAUF E0 DESSIN: (S*DCSDK)*(()JCAED)

Sexe et C.S.P	catégorie d'activité économique	661	662	6	771	772	773	774	775	776	777	778	779	7
						commerce de détail ag. et alimentaire		Autres commerces de détail						
hommes	Agric. exploit. *0													
	Salariés agric. *1													
	patrons ind. com. 1*2	8		8	20	140	64	28	208		12	40		512
	prof. libérales, C.S 1*3	48	20	68	16	4		20	32			68		140
	cadres moyens *4	40	20	60	12	28		80	68		24	92		304
	employés 1*5	188	8	196	28	100	8	80	128		8	240		592
	ouvriers 1*6	300	4	304	88	32	60	132	268		4	8	8	600
	p. de service 1*7	24		24			64		16					80
	autres 1*8		12	12									4	4
	total 1*.	608	64	672	164	304	196	340	720		48	448	12	2232
femmes	2*0													
	2*1													
	2*2					104	68	4	188	4	4	16		388
	2*3								8					8
	2*4	8	4	12		8		12	40		8	24		92
	2*5	24	8	32	32	148	16	92	384		36	340	4	1052
	2*6	20	4	24	16	12	24	24	28			8		112
	2*7	8		8			52	4	8				8	72
	2*8													
	2*.	60	16	76	48	272	160	136	656	4	48	388	12	1724
les 2 sexes	.*.	668	80	748	212	576	356	476	1376	4	96	836	24	3956
	T0													
	T1													
	T2	8		8	20	244	132	32	396	4	16	56		900
	T3	48	20	68	16	4		20	40			68		148
	T4	48	24	72	12	36		92	108		32	116		396
	T5	212	16	228	60	248	24	172	512		44	580	4	1644
	T6	320	8	328	104	44	84	156	296		4	16	8	712
	T7	32		32			116	4	24				8	152
	T8		12	12									4	4

EXEMPLE DE TABLEAU MECANOGRAPHIQUE PRODUIT PAR L'INSEE
PA44/Q CROISANT STATUT, SEXE ET ACTIVITE ECONOMIQUE
(Recensement de 1968, sondage au quart. Feuille de Melun)

A036P C10 44 01 14 09 11!771501 103 68 044 7001120853* 819* FRAC 1/ 1 PA3

*****

77 SEINE-ET-MARNE - AGGLOMERATION DE MELUN

01 PP68Q USP:4 CHAMP: TA=10U2 (ACTIFS AYANT UN EMPLOI) PA44/Q

(12) SAUF EO DESSIN: (()JCAED)*(S*<STDDCNT17>)

activité économique ↓ / Sexe et statut →	Sexe masculin				Sexe féminin				ensemble			
	1 STD=0A3	1 STD=3	1 STD=4A8	1 TOTAL	2 STD=0A3	2 STD=3	2 STD=4A8	2 TOTAL	* STD=0A3	* STD=3	* STD=4A8	* TOTAL
662			64	64			16	16			80	80
6	20		652	672	4		72	76	24		724	748
771	20		144	164			48	48	20		192	212
772 (Commerce de d. a. alimentaire)	140	8	164	304	104	48	168	272	244	56	332	576
773	68	8	128	196	68	36	92	160	136	44	220	356
774	28		312	340	4		132	136	32		444	476
775 (autres commerces de détail)	220	4	500	720	192	92	464	656	412	96	964	1376
776					4			4	4			4
777	12		36	48	4		44	48	16		80	96
778	44		404	448	16	16	372	388	60	16	776	836
779			12	12			12	12			24	24
7	532	20	1700	2232	392	192	1332	1724	924	212	3032	3956
881	36		136	172	4		80	84	40		216	256
882			68	68	4	4	648	652	4	4	716	720
883	180		520	700	144	20	1260	1404	324	20	1780	2104
8	216		724	940	152	24	1988	2140	368	24	2712	3080
991			316	316			120	120			436	436
992			360	360			172	172			532	532
993	4		1648	1652	4	4	2020	2024	8	4	3668	3676
994	4		940	944			32	32	4		972	976
9	8		3264	3272	4	4	2344	2348	12	4	5608	5620
	1236	32	14400	15636	680	280	7832	8512	1916	312	22232	24148

indépendants employeurs et leurs aides familiaux — aide familiaux — Salariés — ensemble

ANNEXES DU CHAPITRE IV

ASPECTS SOCIO-DEMOGRAPHIQUES ET PHENOMENES DE MOBILITE : L'ORIGINALITE DES STRUCTURES ET DES COMPORTEMENTS DE LA POPULATION ACTIVE DU COMMERCE

EXTRAITS D'UN QUESTIONNAIRE DU RECENSEMENT DE LA DISTRIBUTION DE 1966

CADRE IV. — Personnes occupées du 3 au 9 octobre 1966

03

DÉSIGNATION	NOMBRE	
	Hommes	Femmes
1. Nombre de personnes occupées à temps plein :		
a. Chefs d'entreprise non salariés (propriétaires, exploitants, gérants libres)		
b. Chefs d'entreprise salariés (directeurs, gérants salariés, gérants mandataires)		
c. Aides familiaux non salariés		
d. Apprentis sous contrat		
e. Salariés (autres que chefs d'entreprise ou apprentis)		
TOTAL		
2. Nombre de personnes occupées à temps partiel :		
a. Aides familiaux non salariés		
b. Salariés à temps partiel		
TOTAL		

CADRE XI. — Réservé aux entreprises individuelles ou personnelles

05

N. B. — Les entreprises constituées sous forme de sociétés ou de coopératives n'ont pas à répondre au présent cadre, elles doivent se reporter au cadre XII ci-après.

1. Propriété des locaux et du fonds de commerce.

Veuillez cocher d'une croix la case qui convient selon que l'exploitant est :

- propriétaire des murs et du fonds de commerce 1
- propriétaire du fonds et non des murs 2
- gérant libre 3

2. Âge de l'exploitant (chef d'entreprise) :

Veuillez cocher d'une croix la case correspondant à l'âge de l'exploitant principal **(cochez une seule case)** :

- moins de 35 ans 1
- 35 à 44 ans 2
- 45 à 54 ans 3
- 55 à 64 ans 4
- 65 ans et plus 5

3. Revenu du ménage :

Les ressources provenant de votre entreprise constituent elles pour votre ménage (1) :

- le seul revenu ? 1
- le revenu principal (50 % ou plus du revenu total) ? 2
- un revenu secondaire (moins de 50 % du revenu total) ? 3

4. Dans les deux derniers cas où les ressources provenant de votre entreprise ne constituent pas le seul revenu de votre ménage, veuillez indiquer, en cochant d'une croix la ou les cases qui conviennent, l'origine des autres revenus du ménage :

- salaires ou traitements 1
- exploitation agricole 2
- exploitation artisanale ou industrielle 3
- autre exploitation commerciale 4
- exercice d'une profession libérale 5
- sources diverses (revenu foncier, rentes, retraites, pension d'invalidité, etc.) 6

(1) Par ménage, on entend l'ensemble des personnes qui vivent au même foyer

TABLEAU 23 LA POPULATION ACTIVE DU COMMERCE DE DÉTAIL SELON LE STATUT ET LA BRANCHE EN 1962 ET EN 1968 (RECENSEMENTS DE LA POPULATION) : COMPARAISON AVEC 1966 (RECENSEMENT DE LA DISTRIBUTION) APRÈS AJUSTEMENT (1)

A - EFFECTIFS

Statut et date / Branche	1962 R.P.			1966 R.D.						1968 R.P.		
				TOTAL			dont : à plein temps					
	Total	dont : patrons	salariés	Total	patrons	salariés	Total	patrons	salariés	Total	Patrons	Salariés
Commerce détail alimentaire	592 080	324 380	267 700	616 798	310 928	305 870	574 996	298 408	276 588	613 520	303 740	309 780
Commerce détail non alimentaire	661 600	268 700	392 900	732 044	264 665	467 379	659 817	245 695	414 122	768 700	267 780	500 920
Ensemble du commerce de détail	1253 680	593 080	660 600	1348 842	575 593	773 249	1234 813	544 103	690 710	1382 220	571 520	810 700

B - POURCENTAGE DE COMPOSITION A CHAQUE DATE

Alimentaire	100	54.7	45.3	100	50.4	49.6	100	51.9	48.1	100	49.5	50.5
Non alimentaire	100	40.7	59.3	100	36.2	63.8	100	37.3	62.7	100	39.4	65.1
Total	100	47.3	52.7	100	42.7	57.3	100	44.1	55.9	100	41.4	58.6

C - EVOLUTIONS (en %) 1. Ensemble des personnes occupées en 1966 2. Personnes occupées à plein temps seulement en 1966

Commerce de détail :	Evolution 1962 - 1966						Evolution 1966 - 1968						Evolution 1962 - 1968		
	1			2			1			2					
	Total	Patrons	Salariés	Total	Patrons	Salariés	Total	Patrons	Salariés	Total	Patrons	Salariés	Total	Patrons	Salariés
Alimentaire	4.1	- 4.2	14.2	- 2.9	- 8.0	3.2	- 0.6	- 2.4	1.2	6.7	1.7	12.0	3.6	- 6.4	15.7
Non alimentaire	10.6	- 1.5	18.9	- 0.3	- 8.6	5.4	5.0	1.1	7.1	16.5	8.9	20.9	16.1	- 0.4	27.5
Total	7.6	- 3.0	17.0	- 1.5	- 8.3	4.5	2.4	- 0.8	4.8	11.9	5.0	17.3	10.2	- 3.7	22.7

(1) Ajustement :

	1962-1968 (Population)	1966 (Distribution)
Commerce détail alimentaire	Rubrique 72 (NAE 41 postes)	Rubrique 2 (moins 23 Boulangeries-P. plus : 691)
Commerce détail non alimentaire	Rubrique 75 moins : 721-724-740-743 (sauf 743.2)-791-805-806	Rubrique 3 (moins : 691-719-784-917-918)

TABLEAU 24 RÉPARTITION DES ACTIFS DU COMMERCE PAR AGE ET PAR SEXE EN 1946

1) Pour 100 actifs de chaque sexe

Situation dans la profession	Sexe	- de 25 ans	25 à 34	35 à 44	45 à 54	55 à 64	65 ans et plus	Total
Ouvriers et employés du commerce	H	16.9	18.6	24.3	20.9	13.2	6.2	100
	F	33.3	20.1	22.6	16.1	6.8	1.1	100
Patrons, directeurs et gérants du commerce	H	4.1	15.6	28.7	26.4	17.0	8.1	100
	F	3.7	13.8	27.5	28.4	18.3	7.9	100
Ensemble du commerce	H	8.8	16.6	27.2	24.5	15.4	8.0	100
	F	14.9	16.0	25.5	23.7	13.9	5.4	100
Population active non agricole	H	19.7	20.2	25.5	18.6	10.3	4.5	100
	F	27.8	17.0	20.4	18.1	11.6	4.8	100

2) Pour 100 actifs des deux sexes

Ouvriers et employés du commerce	H	9.0	9.9	12.9	11.1	7.0	2.3	53.6
	F	15.4	9.3	10.4	7.4	3.1	0.5	46.4
	T	24.4	19.2	23.3	18.5	10.1	2.8	100
Patrons, directeurs et gérants du commerce	H	2.3	8.5	15.6	14.4	9.3	4.4	54.2
	F	1.7	6.3	12.7	13.1	8.4	3.6	45.8
	T	4.0	14.8	28.3	27.5	17.7	8.0	100
Ensemble du commerce	H	4.8	9.1	14.9	13.4	8.4	3.9	54.8
	F	6.7	7.2	11.5	10.7	6.3	2.4	45.2
	T	11.5	16.3	26.4	24.1	14.7	6.3	100
Population active non agricole	H	12.9	13.3	16.7	12.2	6.8	2.9	65.2
	F	9.6	5.9	7.1	6.3	4.0	1.7	34.8
	T	22.5	19.2	23.8	18.5	10.8	4.6	100

Source : Recensement de population 1946

TABLEAU 25 ÉVOLUTION DU NOMBRE ET DE LA RÉPARTITION RELATIVE DES ACTIFS DU COMMERCE SELON LA TRANCHE D'AGE ET LA CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE DE 1954 A 1968 (regroupements significatifs - France entière)

A - ENSEMBLE DES 3 CSP DU COMMERCE

Tranche d'âge	1954			1962			1968		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
moins de 25 ans	207 780	10.9	100	199 580	11.1	96.0	297 460	15.9	143.1
25-34 ans	360 900	19.0	100	309 420	17.3	85.7	316 680	17.0	87.7
35-44 ans	374 000	19.7	100	394 660	22.3	105.5	411 440	22.1	110.0
45-54 ans	480 140	25.3	100	392 620	21.9	81.7	371 200	19.9	77.3
55-64 ans	310 840	16.4	100	345 680	19.5	111.2	333 040	17.8	107.1
65 ans et plus	148 900	7.8	100	147 160	8.2	98.8	131 860	7.1	88.5
Ensemble	1 892 560	100	100	1 789 120	100	94.5	1 861 680	100	98.3

B - PATRONS (petits + gros commerçants)

Tranche d'âge	1954			1962			1968		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
moins de 25 ans	80 680	5.5	100	48 380	3.3	59.9	65 640	5.2	81.3
25-34 ans	249 560	17.1	100	186 980	14.5	74.9	187 400	15.1	75.1
35-44 ans	302 780	20.8	100	296 720	23.0	98.0	300 040	24.1	99.1
45-54 ans	403 420	27.7	100	325 820	25.3	80.7	290 960	23.4	72.1
55-64 ans	269 440	18.5	100	293 120	22.7	108.7	276 580	22.2	102.6
65 ans et plus	135 980	9.3	100	136 320	10.5	100.2	121.040	9.7	89.0
Ensemble	1 451 860	100	100	1 287 340	100	88.6	1 241 660	100	85.5

C - EMPLOYES DE COMMERCE

Tranche d'âge	1954			1962			1968		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
moins de 25 ans	127 100	28.8	100	151 200	30.1	118.9	231 820	37.8	182.4
25-34 ans	111 340	25.2	100	122 440	24.4	109.3	129 280	20.8	116.1
35-44 ans	71 220	16.1	100	97 940	19.5	137.5	111 400	17.9	156.4
45-54 ans	76 720	17.4	100	66 800	13.3	87.0	80 240	12.9	104.5
55-64 ans	41 400	9.3	100	52 560	10.4	126.9	56 460	9.1	136.3
65 ans et plus	12 920	2.9	100	10 840	2.1	83.9	10 820	1.7	83.7
Ensemble	440 700	100	100	501 780	100	113.8	620 020	100	140.7

1 : Nombre d'actifs (R.G.P. 1954-1962-1968 S 1/20°)
2 : Pourcentage de composition à chaque date
3 : Indice d'évolution du nombre d'actifs (1954 = 100)

TABLEAU 26 ÉVOLUTION DE L'INDICE DE VIEILLESSE DE LA POPULATION ACTIVE DU COMMERCE DE 1946 A 1968 SELON LE SEXE ET LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

(Indice de vieillesse = nombre d'actifs de 65 ans et plus pour 100 actifs de moins de 25 ans)

Catégorie d'actifs	sexe	1946	1954	1962	1968
Gros commerçants	H		324	804	295
	F		136	375	211
	T		243	614	264
Petits commerçants	H		174	266	157
	F		150	250	189
	T		161	257	171
Ensemble gros et petits commerçants (1)	H	193	191	314	178
	F	213	149	257	191
	T	202	168	281	184
Employés de commerce (2)	H	36.8	15.9	9.8	6.6
	F	3.3	6.0	5.8	3.6
	T	15.7	10.1	7.1	4.6
Ensemble des 3 C.S.P. du commerce (3)	H	81	88	98	58
	F	36	59	59	36
	T	55.3	71.6	73.7	44.3
Ensemble des actifs non agricoles	H	22.8	27.7	24.8	13.8
	F	17.4	22.2	21.1	13.8
	T	20.5	25.2	23.0	13.8

(1) Pour 1946 : patrons, directeurs et gérants

(2) Pour 1946 : ouvriers et employés de commerce

(3) Même observation pour 1946

TABLEAU 27 GRILLE D'ÉVALUATION DE LA VALEUR DES FONDS DE COMMERCE

(d'après J. FERBOS et G. LACROIX, Evaluation des fonds de commerce, Actualité Juridique, 3è édition 1968, 790 pages. Chaque type de commerce fait l'objet d'une analyse spécifique. On n'a reporté ici que quelques exemples des "fourchettes" d'évaluation)

NATURE DU COMMERCE	Base de référence et ordre de grandeur en % du			OBSERVATIONS	Marge brute (en % du C.A.)	Bénéfice net (en % du C.A.)
	Chiffre d'aff. annuel	Recette hebd.	Recette journ.			
AMEUBLEMENT (de style)	25 à 55 (+10 %)			30 à 40 % si CA compris entre 0,2 et 0,4 millions de F. 50 à 55 % entre 0,4 et 0,8 MF dégressif ensuite	33 à 37	5 à 12
ARTICLES DE SPORT	70 à 90			40 à 50 % si uniquement articles de camping	25 à 33	5 à 18
BIJOUTIER-HORLOGER	75 à 100			40 à 50 si CA très élevé	28 - 40	10 - 15
BOISSONS à emporter			60 à 100		12 à 20	4 à 11
BOUCHERIE	30 à 45 ou	14 à 22		cas spéciaux pour Paris		8 à 12
CAFE			400 à 700	500 à 1000 fois la recette journalière à Paris		20 à 30
CHARCUTERIE	50 à 80 ou	25 à 40		15 à 30 fois la recette hebd. en milieu rural		12 à 17
CHAUSSURES	50 à 90				27 à 47	6 à 17
CHEMISERIE	50 à 80				30 à 50	10 à 18
CREMERIE			60 à 100			7 à 13
DROGUERIE	50 à 75				25 à 30	12 à 15
ELECTROMENAGER	30 à 40			25 à 30 si CA élevé	25 à 35	7 à 10
EPICERIE			50 à 80	Epicerie fine : jusqu'à 120 fois		7 à 13
FLEURISTE	70 à 90				50	10/25
OPTIQUE	80 à 100				30 à 60	10 à 30
PARFUMERIE	75 à 80			90 à 100 dans les grandes villes	30 à 40	10 à 15
PHARMACIE	60 à 100			100 % dans les grandes villes	32	8 à 24
POISSONNERIE	40 à 50				25 à 30	13 à 20
QUINCAILLERIE	50 à 60				20 à 30	10 à 15
TISSUS	50 à 80				25 à 40	6 à 18

LES DECISIONS D'ORIGINE JUDICIAIRE: UNE SOURCE D'INFORMATION SUR LES LOYERS COMMERCIAUX ET SUR LA VALEUR DES FONDS.

L'Actualité Juridique publie chaque mois, sous la rubrique « Renseignements pratiques », les extraits des décisions rendues en matière de fixation de loyers commerciaux.

Les présentes tables quadriennales de ces extraits, pour Paris et la Région parisienne, concernent les prix au mètre carré des boutiques, appartements, ateliers et terrains fixés judiciairement pour 1966, 1967, 1968 et 1969 ; elles reflètent les indications principales des ordonnances, jugements ou arrêts en reproduisant leurs mentions relatives à l'activité exercée, la superficie réelle ou pondérée (1) et la valeur locative au mètre carré ; elles précisent également la date d'effet du prix fixé, la date à laquelle la décision a été rendue et la référence à l'année et à la page de **l'Actualité Juridique** où a été publié chacun des extraits analysés.

Les motifs des décisions concernant l'intérêt de l'emplacement sont particulièrement détaillés dans ces tables. En outre, les commerces comprenant des locaux de nature différente (boutique, appartement, atelier, etc.) font l'objet d'une analyse spécifique à chacun de ces types de locaux.

Au total, ces tables groupent cette année 1070 décisions pour Paris et 245 pour la Région parisienne.

Elles offrent ainsi un très grand nombre d'éléments judiciaires de comparaison à ceux qui recherchent le nouveau loyer applicable en fonction de la définition donnée à la valeur locative par le décret du 3 janvier 1966.

Néanmoins, dans nombre de cas, nos lecteurs, en raison de la complexité de la matière, auront intérêt à se reporter au numéro de notre revue dans lequel a été publiée l'analyse complète de la décision qui les intéresse.

---

(1) Rappelons que la surface pondérée est obtenue par application, à la surface réelle de chaque partie du local, d'un coefficient variable suivant son utilité et sa commodité. La pondération est principalement appliquée à la surface réelle des locaux en boutiques et en appartements.

Exemples de décisions portant révision de loyers commerciaux

4e ARRONDISSEMENT

14, rue des Deux-Ponts.

Jugement du 13 octobre 1969

Activité : Pharmacie.

Intérêt de l'emplacement : Bonne situation pour le commerce exercé.

Consistance des lieux : Une boutique de 31 m2 74 (10/10), une arrière-boutique sur cour de 14 m2 33 (3/4) ; au 1er étage : un appartement de 69 m2 50 (4/10) ; un sous-sol de 39 m2 25 (2/10), des w.-c. communs.

Valeur locative : pour une surface pondérée de 78 m2 14 boutique : a) par expert : 150 F le m2 boutique ; b) par le président : 170 F le m2 boutique, soit 13.300 F en chiffres ronds.

Loyer ancien : au 1er avril 1958 (bail) : **3.700 F** ;
au 1er avril 1961 : **4.340 F** ;
au 19 mars 1965 : **8.000 F.**

Loyer de renouvellement : au 1er avril 1967 : **13.300 F.**

M. Dupont, président ; Mes Tétaud et Bigiaoui, avocats.

(S.C.I. de la rue des Deux-Ponts c/ Gloeser - 54.423.)

3, rue du Grenier-Saint-Lazare. 3e ARRONDISSEMENT

Jugement du 16 octobre 1969

Activité : Bonneterie, chemiserie, confection en tous genres.

Intérêt de l'emplacement : Certainement très valable dans un secteur animé et siège d'une bonne commercialité.

Consistance des lieux : Dans un immeuble de belle construction, à façade en pierre de taille, datant de 1924, avec accès par la rue Beaubourg et équipé de deux ascenseurs : 1er bail : une boutique de 14 m2 en 1re zone, 10 m2 en 2e zone (8/10) et 8 m2 en partie de fond (1/2), w.-c. communs comptés pour 1 m2 ; 2e bail : un sous-sol à usage de réserve de 47 m2 50 de surface réelle.

Valeur locative : à dire d'expert et retenue par le président : a) boutique : pour une surface pondérée de 27 m2 boutique : 200 F le m2 moins 250 F pour charges ; b) sous-sol : 60 F le m2 réel moins 100 F pour charges.

Loyer ancien : révision en août 1957 :
boutique : **2.000 F** ;
sous-sol : **800 F.**

Loyer de renouvellement : au 1er janvier 1967 :
boutique : **5.250 F** ;
sous-sol : **2.750 F.**

M. J. Fontana, président ; Mes J. Legrand, avocat, et Bucher, avoué.

(Sté Confection G.M. c/ Sté La Rogale immobilière de Paris - 54.445.)

Exemple de décisions relatives à des expropriations de fonds de commerce et au versement des indemnités correspondantes.

1, rue des Lilas PARIS (19e)

Jugement du 24 octobre 1969 (T.G.I. Paris)
(Ville de Paris c/ Geniller)

Boucherie.

Locaux : petite boutique d'une seule pièce avec petite cuisine peu éclairée, w.-c. commun dans le couloir ; surface totale : 18 m2 ; clientèle de quartier.

Loyer annuel : 1.173 F, plus charges (année 1966).

Chiffre d'affaires moyen annuel : 62.902 F.

Bénéfice moyen annuel : 11.000 F.

Indemnité allouée (sans relogement par l'administration) : arrondie à 37.150 F, soit :

— indemnité principale, valeur vénale du fonds : **28.000 F**, soit environ **44 %** du chiffre d'affaires annuel moyen ;

— indemnité de remploi à 29 %, soit 9.120 F (sic).

167, rue Sainte-Catherine. BORDEAUX

Ordonnance du 23 janvier 1969

Activité : Vêtements, textiles, fourrures avec extension.

Intérêt de l'emplacement : Bon, quoique inférieur à celui des commerces situés dans la même rue côté Est.

Consistance des lieux : Au sous-sol : une cave de 47 m2 ; au rez-de-chaussée : un magasin de 74 m2 15, un salon d'essayage de 1 m2 55 ; au 1er étage : un magasin de 65 m2 17, un w.-c. de 1 m2 40, un vestiaire de 2 m2 20, un palier de 1 m2 ; au 2e étage : deux chambres de 15 m2 et 10 m2, une salle à manger de 16 m2, un jardin d'hiver de 17 m2, une cuisine de 9 m2, un palier de 3 m2, un placard de 2 m2 ; au 3e étage : trois chambres de 15 m2, 10 m2 et 12 m2, et un palier de 3 m2, une salle d'eau, w.-c. de 7 m2, soit une surface totale de 314 m2 47.

Valeur locative : a) à dire d'expert : 1° en fonction des loyers antérieurs : en 1949 coefficient 11,45, en 1957 coefficient 2,49, en 1960 coefficient 1,69, en 1964 coefficient 1,23 ; moyenne : 7.530 F ; 2° en fonction du prix du m2 commercial : 11.356 F ; 3° en fonction de la loi du 1er septembre 1948 : 93 m2 16 à 80 F le m2 soit 7.452 F pour la partie commerciale, majoration de 30 % pour la partie habitation, soit 3.013 F on obtient 10.471 F ; 4° en fonction de la rentabilité de la valeur vénale : 180.000 F à 6 %, soit 10.800 F ; b) fixée par le président : 10.500 F.

Loyer ancien : en 1949 : **380 F** ;
en 1957 : **1.800 F** ;
en 1960 : **2.700 F** ;
en 1964 : **3.800 F.**

Loyer de renouvellement : au 1er janvier 1967 : **10.500 F.**

M. Claudemile, juge ; Mes Wickers, avoué, et Auschitzky, avocat.

(Bert c/ Sidano.)

Extraits du N° de décembre 1969 de l'ACTUALITE JURIDIQUE-PROPRIETE IMMOBILIERE revue mensuelle, 91 rue du Fg.Saint Honoré

50 ter

Un extrait des " TABLES QUADRIENNALES DES LOYERS COMMERCIAUX FIXES JUDICIAIREMENT " : le 5è arrondissement de PARIS (L'Actualité Juridique, déc. 1969)

I. — BOUTIQUES (suite)

ADRESSE	ACTIVITE	Surface pondérée (M2)	MOTIFS DE LA DECISION (ORDONNANCE, JUGEMENT, ARRET) — Intérêt de l'emplacement	Valeur locative au m2 pondéré (F)	Date d'effet	Date de la décision	Année et page de l'Actualité Juridique (P.L.) ayant publié la décision
45, rue Broca	Vente d'appareils photographiques et de télé-radio, exercice de l'activité de photographe	22,00	• Celui-ci est peu favorable à l'activité exercée, sur une artère très secondaire, étroite, peu passante et de commercialité très moyenne	92,00	1- 4-1966	21- 3-1969	1969 (555)
9, rue de la Bûcherie	Coutellerie	66,00	• Relativement moyen	75,00	25- 1-1966	21-10-1966	1967 (137)
75, rue Buffon	Transports, importation-exportation	36,00	• Favorable au commerce exercé	100,00	26- 4-1966	2-12-1968	1969 (244)
3, rue Censier	Café	75,00	• Excellent, dans le centre d'activité et de commercialité intenses que constitue le bas de la rue Mouffetard	180,00	1- 4-1966	1-12-1966	1967 (339)
53, rue Censier	Café	75,00	• Peut être tenu pour très favorable	210,00	1- 4-1968	7-12-1968	1969 (244)
20, rue Cujas	Café, bar	43,00	• Compte tenu de l'activité autorisée, l'emplacement est d'assez bonne valeur commerciale, sur une petite voie secondaire mais à proximité immédiate du boulevard Saint-Michel et en plein cœur du Quartier Latin	135,00	1- 1-1967	13-12-1968	1969 (244)
5, rue Dante	Brocante, antiquités, objets d'art, décoration, galerie de tableaux	29,00	• Sur une artère qui n'est pas de grande commercialité, l'emplacement n'est cependant pas défavorable au commerce exercé dans un quartier central proche du boulevard Saint-Germain	140,00	26- 1-1967	29-11-1968	1969 (145)
Rue des Ecoles (31, rue du Sommerard)	Librairie et commerces annexes	219,00	• En plein Quartier Latin, l'emplacement est intrinsèquement favorable et l'est davantage encore pour le commerce autorisé	200,00	31- 1-1966	29-11-1968	1969 (146)
52, rue des Ecoles	Instruments de chirurgie et d'orthopédie	110,00	• Favorable pour l'activité exercée, dans un secteur d'excellente commercialité	145,00	30-12-1965	7-11-1968	1969 (146)
54, rue des Ecoles (7, pl. Paul-Painlevé)	Librairie et objets d'art	46,00	• Situation convenable pour une librairie, mais cependant moins intéressante que celle de la librairie Larousse qui fait l'angle de la place	141,30	1- 1-1967	21-11-1967	1968 (155)
33, rue Gay-Lussac	Blanchisserie, teinturerie	55,00		130,00	3- 1-1966	20- 3-1968	1968 (613)
18, av. des Gobelins	Restaurant	52,25	• Bon, voire très bon, situation de quartier dans la meilleure partie d'une voie de bonne commercialité	200,00	1- 8-1966	7-11-1968	1969 (146)
5, rue Malebranche	Librairie, papeterie, éditions techniques	26,61	• Bon emplacement de quartier	95,00	2- 3-1966	22- 2-1968	1968 (525)
103, rue Monge	Epicerie et vins à emporter, alimentation générale	39,69	• La commercialité de cet emplacement, assez voisin du quartier Mouffetard, est importante	140,00	1- 1-1966	22- 6-1967	1967 (988)
62, rue Mouffetard	Maroquinerie, parfumerie bijouterie fantaisie	38,00	• Celui-ci n'est pas le meilleur de la rue mais sur une voie qui, même aux endroits les moins favorisés, jouit d'une commercialité réputée	170,00	20- 5-1967	17-10-1968	1969 (47)
111, rue Mouffetard	Charcuterie	73,75	• Dans une rue bien connue pour sa commercialité, de premier ordre pour un commerce de l'alimentation	260,00	1- 8-1967	17- 6-1968	1968 (883)
45, av. de l'Observatoire	Articles de sport	48,00	• Dans une partie de l'avenue principalement fréquentée par les étudiants	140,00	1- 4-1967	6- 7-1968	1968 (996)
21, bd Saint-Germain	Vente d'hydrocarbures, véhicules automobiles et fournitures diverses	123,00	• Peut être considéré comme bon au point de rue commercial	121,95	1- 1-1968	15-11-1967	1968 (155)
49, bd Saint-Germain	Chapeaux et modèles, bonneterie, parfumerie, tissus	50,00	• Paraissant favorable dans un quartier à forte densité de population et très animé	165,00	13- 7-1966	13- 3-1969	1969 (555)
52, bd Saint-Germain	Bonneterie, gaines, soutiens-gorge, sous-vêtements féminins	18,30	• Favorable à proximité de la place Maubert	131,14	6- 1-1966	14-11-1967	1968 (156)
69, bd Saint-Germain	Librairie et photographie	98,45	• Bon, dans le Quartier Latin	220,00	1- 4-1967	17- 6-1968	1968 (883)
80, bd Saint-Germain	Construction et vente d'appareils d'asepsie	164,00	• Emplacement commercial intéressant sur une belle artère et dans un quartier de bon aloi	130,00	28- 4-1966	5- 6-1968	1968 (883)
173, rue Saint-Jacques	Volailles, fruiterie, alimentation	43,44	• Endroit très favorable pour un commerce de l'alimentation, dans un secteur très commerçant	120,00	1- 1-1966	19-10-1967	1968 (65)
82, bd Saint-Marcel	Boucherie	61,00		135,00	1- 1-1968	26- 6-1968	1968 (883)
18, bd Saint-Michel	Café, brasserie	68,00	• Les locaux, qui s'étendent entre le boulevard et sa parallèle la rue de la Harpe, occupent un emplacement éminemment favorable dans la meilleure partie du boulevard et sur le meilleur trottoir	300,00	20- 4-1966	30- 5-1968	1968 (792)
27, quai Saint-Michel	Librairie	147,00		140,00	1- 7-1966	10- 5-1968	1968 (793)
7, rue des Ursulines	Atelier d'électricité automobile	28,00 (réels)	• Celui-ci est, intrinsèquement, d'une valeur commerciale plutôt médiocre, mais cependant il se prête au commerce autorisé en raison de la forte densité de population du quartier	65,00 (au m2 réel)	1- 1-1966	26- 5-1967	1967 (879)
16, rue Xavier-Privas	Bar, restaurant	40,00		90,00	3- 1-1966	13-11-1967	1968 (156)

LA PUBLICATION D'AVIS CONCERNANT DES ACTES SOUS SEING PRIVE: UNE INFORMATION DISPERSEE,MAIS RELATIVEMENT PRECISE, SUR LE MOUVEMENT ET SUR LA VALEUR DECLAREE DES FONDS DE COMMERCE. (Extrait du périodique "Le TOUT LYON-MONITEUR JUDICIAIRE".25.9.1975)

AVIS UNIQUE

Aux termes d'un acte reçu par Me BREMENS, notaire à Lyon le 15 septembre 1975, enregistré à Lyon (2e arrondissement), le 17 septembre 1975, bordereau 553, n° 1,

Le bail de gérance libre d'un fonds de commerce de « Fleurs et graines », sis et exploité à Lyon, 4, place Gabriel-Péri, consenti par Monsieur Gabriel BIZOLLON et Madame Erminia CORZANI, son épouse, demeurant à Lyon, 4, place Gabriel-Péri à Monsieur Daniel SORIA, Fleuriste et Madame Josiane-Marinette SARTORY son épouse, demeurant ensemble à Villeurbanne (Rhône), 272, cours Emile-Zola, a été résilié purement et simplement à compter du 15 septembre 1975.

Adresser les oppositions, dans les dix jours de la dernière en date des publicités légales en l'Etude de Me BREMENS, notaire à Lyon, 9, rue Grôlée.

— 5849 —

AVIS UNIQUE

« En suite de l'expropriation par la Communauté Urbaine de Lyon de fonds de commerce de « Charcuterie comestibles », exploité à Bron (Rhône), 2, rue de la Pagère, le bail de gérance libre au profit de Monsieur Claude-Maurice PAILLERE, demeurant à Bron (Rhône), 328, route de Genas, par Monsieur Claude-François PAILLERE, demeurant à Bron (Rhône), 22, rue d'Alsace-Lorraine, s'est trouvé résilié purement et simplement à compter du 30 juin 1975 ».

— 5850 —

MISE EN LOCATION GERANCE
UNIQUE INSERTION

Suivant acte sous seing privé en date du 30 août 1975, enregistré à Lyon (6e), le 16 septembre 1975, bordereau 655, case 2,

« ELF FRANCE », Société anonyme au capital de 370.728.300 francs, dont le siège social est à Paris (7e), 12, rue Jean-Nicot, R. C. Paris : 74 B 7422,

A donné en location gérance à Monsieur et Madame Antoine GRANADOS, un fonds de commerce de « Distribution de Produits Pétroliers », sis à Lyon (6e), 44, rue Duquesne et dénommé « ELF DUQUESNE BOILEAU », pour une durée de une année à dater du 30 août 1975, qui se renouvellera d'année en année, par tacite reconduction, faute de dénonciation annuelle par l'une ou l'autre des parties, par simple lettre recommandée, laquelle devra parvenir au destinataire dans les délais fixés par la Convention de location gérance du 30 août 1975.

Aux termes de cet acte, il a été dit que Monsieur et Madame Antoine GRANADOS, seront seuls responsables vis-à-vis des tiers pendant toute la durée de la gérance.

— 5914 —

LOCATION-GERANCE
AVIS UNIQUE

Suivant acte sous seing privé en date à Tassin-la-Demi-Lune (Rhône), du 23 septembre 1975, enregistré à Lyon (5e arrondissement), le 23 septembre 1975, bordereau 197, case 3,

Monsieur et Madame Arsène GUERIN (artisans), demeurant à Tassin-la-Demi-Lune (Rhône), 66, rue François-Mermet,

Ont confié à Monsieur Daniel TEDDE, employé, demeurant à Francheville (Rhône), 2, rue du Vieux-Pont,

L'exploitation à titre de location-gérance des branches « ambulance et voiture de petite remise » du fonds artisanal situé 66, rue François-Mermet, à Tassin-la-Demi-Lune (Rhône), connu sous le nom de « AMBULANCE TAXI GUERIN », pour une durée d'une année à compter du premier octobre 1975, renouvelable ensuite d'année en année, par tacite reconduction, sauf dénonciation.

Le preneur se trouve comme quelconque et charges dues à raison de l'exploitation dudit fonds, qui incomberont également au gérant, le bailleur ne devant en aucun cas être inquiété ni recherché à ce sujet .

Pour unique publication.

— 5910 —

Cabinet HENRI
Membre de la Chambre Syndicale
6, rue de la République, Lyon

AVIS UNIQUE

La location-gérance du fonds de commerce de « boucherie », sis à Lyon (2e), 2, cours Charlemagne,

Consentie par Monsieur Georges REVOL à Monsieur Marcel DIDIER, suivant acte sous seings privés en date à Lyon du 26 novembre 1971,

A pris fin le 15 août 1975.

Oppositions, s'il y a lieu, au siège du fonds, 2, cours Charlemagne, à Lyon (2e).

— 5843 —

PREMIER AVIS

Suivant acte reçu par Me DELORME, notaire à Lyon, le 17 septembre 1975, enregistré à Lyon (3e), le 19 septembre 1975, bordereau 799, case 1,

1° Madame Michèle GUERIN et Monsieur Raymond LECUVE, son époux, demeurant ensemble à Lyon (2e), 2, rue David-Girin,

2° Et Madame Josiane CHAVRET, épouse de Monsieur ATTIAS, demeurant à Lyon (3e), 23, rue Roposte,

Ont cédé à Monsieur Serge ABIHSSIRA, demeurant à Lyon (5e), 70, rue de Champvert, époux de Madame ABITEBOUL,

Le fonds de commerce de « fabrication et de vente de prêt à porter féminin, dénommé « POPSY », sis et exploité à Lyon (2e), 2, rue David-Girin, moyennant le prix de 24.000 francs, payable à terme.

L'entrée en jouissance a été fixée au 17 septembre 1975.

Adresser les oppositions dans les dix jours de la dernière en date des insertions légales, en l'Etude de Me DELORME, notaire à Lyon (3e), 151, avenue Maréchal-de-Saxe, domicile élu.

Pour premier avis :
Me DELORME.

— 5838 —

Etude de Me ROY et BOUSCASSE
notaires associés à Lyon, 23, rue d'Algérie
et Me KINTZIG, Notaire
à Saint-Laurent-de-Mure (Rhône)

PREMIER AVIS

Suivant acte reçu par Me ROY, notaire à Lyon et Me KINTZIG, notaire à Saint-Laurent-de-Mure (Rhône), le 12 septembre 1975, enregistré à Lyon (1er arrondissement), le 19 septembre 1975, bordereau 706, n° 1,

Monsieur Raymond THIBERT et Madame Monique GISBERT, son épouse, demeurant ensemble à Bron (Rhône), 396, route de Genas,

Ont vendu à Monsieur Roger DARGAUD, et Madame Ginette FUET, son épouse, demeurant ensemble à Lyon, 93, rue Paul-Santy,

Un fonds de « Librairie, Papeterie, Bimbeloterie et gérance de débit de tabacs », sis à Bron (Rhône), 402, route de Genas (ex. 396), moyennant le prix de 200.000 francs

L'entrée en jouissance a été fixée au jour de l'acte.

Adresser les oppositions en l'Etude de Me KINTZIG, notaire, domicile élu, dans les 10 jours de la dernière en date des publications légales.

— 5911 —

Cabinet HENRI
Membre de la Chambre Syndicale
5, rue de la République, Lyon

PREMIER AVIS

Par acte sous seings privés en date à Lyon du 11 septembre 1975, enregistré à Lyon (9e arrondissement-Nord), le 16 septembre 1975, bord. 416, n° 11,

Les époux Pierre MAURIN, charcutier, demeurant à Lyon (9e), 3, rue Saint-Pierre-de-Vaise,

Ont vendu aux époux Jean-Marie MOREL, demeurant à Brignais (Rhône), Impasse Robert,

Le fonds de commerce de « charcuterie fine » dénommé « CHARCUTERIE ROBERT — PIERRE MAURIN SUCCESSEUR », qu'ils possédaient et exploitaient sis à Lyon (9e), 3, rue Saint-Pierre-de-Vaise, moyennant le prix de deux cent mille francs (200.000 francs).

Prise de possession : quinze septembre 1975.

— 5912 —

PREMIER AVIS

Par acte sous seings privés en date à Lyon du 16 septembre 1975, enregistré à Lyon (9e-Nord), le 19 septembre 1975, bord. 422, n° 2,

Les époux Guy-Robert MEUNIER, demeurant à Oullins (Rhône), 4, rue Voltaire,

Ont vendu aux époux Maurice-Louis MALLET, demeurant à Lyon (8e), 141, avenue Jean-Mermoz,

Le fonds de commerce de « boucherie-charcuterie » qu'ils possédaient et exploitaient sis à Collonges-au-Mont-d'Or (Rhône), 7, rue de Trèves-Pâques, moyennant le prix de quinze mille francs (15.000 francs).

Prise de possession : seize septembre 1975.

Pour ces deux avis, oppositions, s'il y a lieu, dans les dix jours qui suivront la dernière en date des trois publications légales, au Cabinet HENRI.

— 5873 —

Etude de Mes G. VOUILLON, P. DUBOIS
et J. RAVIER, notaires associés à Ecully (Rhône)
Société Titulaire d'un Office Notarial

VENTE DE FONDS

PREMIER AVIS

Aux termes d'un acte reçu par Me Pierre DUBOIS, notaire associé à Ecully (Rhône), le 15 septembre 1975, enregistré à Lyon (5e arrondissement), le 19 septembre 1975, bord. 195, n° 6,

Monsieur Pierre-Albert-Louis BAUME, inspecteur divisionnaire de la police nationale, et Madame Nicole-Claire-Lucienne GOUILLART, coiffeuse, son épouse, demeurant ensemble à Villeneuve-les-Avignon (Gard), 20, bd des Frères-Reboul,

Ont vendu à Monsieur Gilbert-Joan-Louis SCOTE, employé des P.T.T., et Madame Marie-Thérèse-Lée FOREST, coiffeuse pour dames, son épouse, demeurant ensemble à Lyon (6e), 5, rue Vauban,

Un fonds artisanal de « Coiffure pour dames », sis et exploité à Lyon (8e), 189, route de Vienne, connu sous le nom de « SALON NOEL », pour l'exploitation duquel Madame BAUME, est inscrite au R. M. sous le n° 00031.66.69,

Ledit fonds immatriculé à l'I.N.S E.E. sous le n° 89.1.69.388.0.178.

Moyennant le prix de 30.000,00 francs.

L'entrée en jouissance a été fixée au 1er octobre 1975.

Adresser les oppositions dans les dix jours de la dernière en date des insertions légales à Ecully (Rhône), 118, rue Martellière, en l'Etude de Me DUBOIS, notaire, où domicile a été élu.

Pour première insertion :
P. DUBOIS.

91 - VILLE IMPORTANTE.

PNEUS & MATERIEL DE CAMPING + GARAGE

Sur 850 m2 de terrain.
Très bien situé. Accès sur deux rues.
Construction comprenant :
1°) Un magasin de 125 m2 environ avec à l'étage appartement de même surface (3 chambres, séjour, cuisine).
2°) Ateliers de 180 m2 environ.
3°) Réserve de 100 m2 environ.
(L'ICT EN PARFAIT ETAT.
Garage pour 25 voitures
+ Cour de 100 m2 env. avec buanderie aménagée.
Prix en toute propriété : 920.000 F.
POSSIBILITE TOUT AUTRE COMMERCE
Réf. : 54927 46 P.23

94 - Sortie autoroute A-3

VETEMENTS ACCESSOIRES MOTO

Magasin angle 45 m2 environ. 3 vitrines. Cave. Appartement sur rue 2 pces, cuisine, s. d'eau. Chauf. indiv. Téléphone.
C.A. 220.000 F env. Peut être développé.
Bail 3-6-9 — 5 ans sur 5.000 F principal.
Prix vu urgence : 100.000 F comptant.
Réf. : 53212 46.P.1

Ville du 91, sur route passante.

BAR PUR

C.A. 300 F par jour. Facade 13 m. Terrasse. Loyer Bail neuf 250 F par mois.
Prix : 160.000 F. Réf. : 53901 46 P.1

Toute proche Banlieue Sud

BAR PUR

Minimum 800 F par jour. Emplacement de 1er ordre. Magnifique salle. Logement.
Prix : 560.000 F. Réf. : 54999 46 P.0

PUTEAUX (92).

TENUE 14 ANS

BOULANGERIE PATISSERIE

30 quintaux par mois soit 300 quintaux par an, dont 2/3 en pâtisserie.
Très beau magasin moderne.
Matériel inoxydable (Lorin 2 vitesses four électrique, four réfrigéré frigo 2 congélateurs).
Logement confort (1 345 F par trimestre).
Prix : 270.000 F.
Avec loyer 1.957 F par trimestre.
Réf. : 55109.46.P.23

Seine-Saint-Denis.

MERCERIE LINGERIE

Affaire très saine dans quartier commerçant en pleine expansion.
C.A. 90.000 F
Magasin 25 m2 à neuf, façade 6 m.
Logement 2 pces, cuisine, w.-c. Cave.
Loyer 4.000 F par an
Prix : 95.000 F.
Réf. : 54840 46.P.23

93 - Très bien placé (15 m de façade d'angle)

CAFE DISCOTHEQUE

Bar Licence IV - salle restauration
- Grande salle de danse
- 3 pièces cuisine cave garage cour.
Chauffage central.
C.A. 600 F par jour. — Loyer 6.000 F par an.
Prix : 300.000 F. Réf. : 54541 46 P.13

Vitry - Tenue par la même famille depuis 1929.

Charcuterie Comestibles Plats cuisinés Traiteur

En toute propriété

Sur terrain de 180 m2 environ.
Magasin 4 m façade.
Meuble réfrigéré 3 portes.
En arrière-boutique, 2 pces, cuisine.
Dans la cour, 2 laboratoires avec tout le matériel en parfai tétat.
Buanderie, réserve, 2 pièces. —
Au 1er étage : living double, 2 chbres, penderie, cab. toilette + 1 chambre commis.
C.A. 6.000 F la semaine (tout en magasin).
Prix fonds et murs : 260.000 F.
Réf. : 55432.46.P.0

VILLEJUIF (94).

CAFE RESTAURANT

600 F/jour (38 couverts)
Bar réfrigéré et pression neuts.
Logement Cave Jardin (Boules).
Chauffage central.
Loyer 5 500 F
Prix : 240.000 F. Réf. : 54979 46 P.14

92 - Près Croix de Berny.

JOURNAUX - JOUETS MERCERIE - CONFISERIE

Face école.
Bon C.A. à doubler vu situation exceptionnelle.
Appartement 60 m2 tout confort. - Jardin.
Loyer 2 600 F par an.
Prix : 65.000 F. Réf. : 43133 46.P.1

10 minutes RUNGIS - N 7 et 5
Zone industrielle

RESTAURANT

LICENCE IV

BAR

Sur terrain 800 m2 clos.
Bar 24 m2 — 2 salles 70 et 57 m2.
Grande cuisine entièrement aménagée. Propre.
Appartement 3 pièces, cuisine.
Parking 30 voitures.
+ Petit pavillon indépendant.
C.A. 140 couverts (midi seulement menu 12 13 F)
4 personnes plein temps et 3 à mi-temps.
PARFAIT ETAT.
Convendrait à 2 couples dynamiques.
Prix murs et fonds : 800.000 F.
Réf. : 53208 46 P.

LEVALLOIS (92).

BOUCHERIE

Frigo 10 m3. Vitrine réfrigérée.
Machine à jambon, hachoir, balance.
Logement. Cave.
Possibilité gros C.A.
Prix : 60.000 F.
Réf. : 54951 46

Rueil-Malmaison. — Emplacement de choix.

Café Bar Restaurant

Très belle salle d'angle, 12 m de façade.
Comptoir réfrigéré, mach. Gaggia 2 gr. automatique, bière pression.
36 places assises. - Cuisine très bien agencée. - Grande cave voûtée.
C.A. 1.100 F (dont 500 F au bar). Menu 10 F midi et soir.
Bail 9 ans à 7.500 F.
Au 1er étage, studio, s. d'eau, débarras.
— Tenu 15 ans. Cède à regret cause maladie - Très bonne affaire —
Prix : 300.000 F. Réf. : 55441.46.P.43

EXCEPTIONNEL, pour 180.000 F, cette splendide affaire de :

CHAUSSURES

en plein cœur d'une ville active et résidentielle, sur place principale, face immense parking
Boutique + réserve 80 m2, jolie façade.
Superbe logement : cuisine, salle de bains, 6 pièces, grenier, cave.
Bail neuf (tous commerces : maroquinerie, cadeaux l'enfant, mercerie...) à 6.000 F par an.
POUR VOUS, JEUNES DYNAMIQUES, notre expert l'a choisie
Réf. : 55317.45.P.64

78 - Sur rue principale.

CHARCUTERIE

20 m2, facade 4,50 m, vitrines réfrigérées.
Labos de 50 et 15 m2 (1 charcuterie, 1 pâtisserie).
Dépendances.
1°) Appartement de 7 chambres.
2°) Bains.
Chauffage central gaz
C.A. : 6 200 F par semaine développer avec tournées et marchés.
Bail neuf à 500 F par mois.
Prix : 160.000 F.
LE TOUT EN PARFAIT ETAT
Réf. : 55224 45 P.24

Proximité Le Défense (passage important).

BAZAR - CADEAUX

POSS. TOUS COMMERCES

C.A. 240.000 F. Poss. faire mieux.
Très beau magasin 63 m2 bien agencé, fac. 7,30 m + réserve, cave 18,72 m2. Chauf. central mazout.
Très bel appartement : cuisine, séjour, 2 chbres, bains, w.-c. au 1er étage. - Cuisine, entrée, chbre, grenier au 2e étage.
Prix : 220.000 F à débattre. Bail neuf à 792 F/an.
Réf. : 55714 45 P.14

ETAMPES (Essonne)

CAFE

C.A. 100.000 F en limonade pure + jeux + brasserie à développer par couple dynamique.
TOUT à NEUF (10 tables, 40 chaises). - Billards.
Bail 3 ans à 3.600 F par an.
PRIX : 185.000 F.
Réf. : 46710.45.P.13

92 - Porte de PARIS.

GRAINETERIE — OISEAUX PLANTS — ARTICLES DE PECHE

CREE EN 1931

Dans rue commerçante dans petit immeuble 2 niveaux : magasin 18 m2. - Cuisine 3 pièces, réserves, cour (dépendances couvertes). Bon C.A. à développer. - Loyer 6 ans à 4.900 F + charges.
PRIX : 120.000 F. Réf. : 55235.45 P.14

HOUILLES. - Centre ville

PRET-A-PORTER FEMININ OU TOUS COMMERCES

Sauf TELE MENAGER

Magasin façade 5 m x 4 m (2 salons essayage).
En arrière-boutique : atelier cuisine, pour débarras soit 70 m2 au sol. - 2 chbres au 1er.
C.A. : 100.000 F (comme artisan couturier) à tripler facilement.
Bail 8 ans à 5.400 F. - Tenu 1955.
Vente cause retraite.
PRIX : 150.000 F. Réf. : 55291 45 P.23

LA GARENNE-COLOMBES (92)

LIBRAIRIE — PAPETERIE JOUETS

C.A. : 200.000 F à dév. - 20 m2, facade St-Gobain 8 m. - AGENCEMENT MODERNE.
Cave, w.-c. - LOGEMENT.
PRIX (cause santé URGENT) A DEBATTRE.
Réf. : 46723.45.P.13

VOL-D'OISE.

Emplacement de toute premier ordre,

sur boulevard très commerçant, centre ville.

BAR PUR

style " TAVERNE "

C.A. 800 F par jour à devoir sur RESTAURANT.
Tout à l'état NEUF.
Façade 10 m.
Logement : cuisine, 1 pièce au - rez-de-chaussée, séjour, chambre au 1er étage.
Bail 6 ans TOUS COMMERCES à 896 F par trimestre, charges comprises.
Prix : 420.000 F
Réf. : 55728 45 P.14

Banlieue Ouest de Paris

AMBULANCES

Concessionnaire exclusif de la ville
Gros C.A. (travail assuré avec hôpitaux et 3 maisons de santé).
4 véhicules équipés (1 DS 19 et DS 21)
4 emplacements de parking en location (15 F par mois l'un).
Logement F4 en location (410 F par mois).
Prix : 200.000 F avec 150.000 F comptant
Réf. : 55734 45 P.13

HOUILLES. - 200 m gare marchandise

LOCAL TOUS COMMERCES

1.480 m2 dont 350 m2 couverts (y compris bureau)
2 larges portes d'accès.
+ PAVILLON 5 pièces, cuis., s. d'eau, w.-c.
Grand débarras
PRIX : 100.000 F à débattre
Bail 6 ans à 1.200 F par mois
Réf. : 55740 45 P.13

MONTREUIL - Limite Vincennes.

CAFE - BAR

Façade 4,50 m. Comptoir réfrigéré mach. express 2 groupes. — 2e salle 15 places assises.
En arrière-boutique : cuisine.
C.A. 500 F par jour.
Bail 6 ans à 4.000 F.
Au 1er étage : 1 pièce chambre avec 2 fenêtres.
TENU 20 ANS - A RECOMMANDER
Prix : 125.000 F. Réf. : 55422.46.P.1

LE PERREUX (94).

COIFFURE DAMES

Beau salon bien placé.
C.A. 125.000 F
4 coiffages, 4 bacs, 4 sèchoirs, 3 sièges. Labo.
Logement 2 pièces confort. - Cave. - Jardin.
Loyer 4.000 F par an
Prix : 155.000 F.
Réf. : 54630 46.P.13

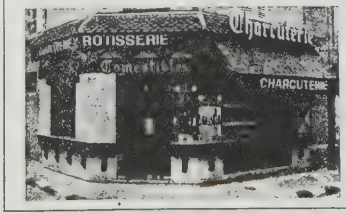
MAISONS-ALFORTS (94). - Très bien située.

ALIMENTATION LIBRE-SERVICE

Façade 5 m (extension possible).
Magasin 43 m2. Cave.
Appartement 2 pièces, cuisine, bains, w.-c.
C.A. 600.000 F. Peut encore augmenter.
Loyer 9.300 F.
Prix : 135.000 F. Réf. : 54816 46

Près Porte des Lilas.

charcuterie comestibles plats cuisinés traiteur



Superbe magasin réagencé mai 1972
2 vitrines (dont 1 réfrigérée) — Meuble réfrigéré 3 ponts. — Table chauffante incorporée
Rôtissoire 9 poulets. Marbres à coupe [illegible]
En arrière-boutique : laboratoire [illegible] avec matériel important (liste sur demande) [illegible] chambre froide 8 m3
C.A. 11.000 F la semaine
Bail 7 ans à 8.000 F.
Cuisine au rez-de-ch. 3 chbres moquettes refaites [illegible] au 1er étage. — Dans la cour 2 chbres pour le personne, coin cuisine.
TENU 5 ANS — SANTE
Prix : 300.000 F.
Réf. : 55413 46 P.63

UNE SOURCE D'INFORMATION CLASSIQUE, MULTIFORME, MAIS ALEATOIRE, SUR LA VALEUR REELLE DES FONDS DE COMMERCE : LES PETITES ANNONCES SPECIALISEES. (exemples extraits de l'INDICATEUR NATIONAL, revue d'annonces immobilières et commerciales, n°46, avril-mai 1974)

TABLEAU 28 RÉPARTITION DES EXPLOITANTS INDIVIDUELS SELON LA BRANCHE ET LE MODE DE FAIRE-VALOIR EN 1966

Propriété / Branche	Propriétaires murs + fonds		Propriétaires fonds seul		Gérants libres		Ensemble	
	a	b	a	b	a	b	a	b
Alimentaire trad.	46.1	43.8	43.2	52.0	38.0	4.1	44.1	100
Viandes	23.0	41.1	23.6	55.6	25.5	5.2	23.4	100
Boulangeries-Pât.	18.8	37.8	21.5	55.0	30.7	7.0	20.8	100
Non sédentaires	11.7	43.5	11.5	54.0	5.6	2.3	11.3	100
Ensemble alimentaire (1)	100	41.9	100	53.2	100	4.7	100	100
Parfumerie-Santé	1.6	28.3	3.0	69.6	1.8	1.9	2.4	100
Habillement-Textiles	26.9	38.3	30.7	59.1	27.6	2.4	29.0	100
Equipement et entretien logement	21.4	43.2	20.1	54.7	15.6	1.9	20.5	100
Autres	35.1	42.6	32.8	53.8	47.1	3.5	34.1	100
Grands multiples	0.3	48.1	0.2	48.4	0.4	3.3	0.3	100
Non sédentaires	14.3	44.1	13.0	54.4	7.3	1.4	13.4	100
Ensemble non alimentaire	100	41.4	100	56.0	100	2.6	100	100
Ensemble commerce de détail	-	41.7	-	54.5	-	3.7	-	100

(1) Supérettes, supermarchés, succursalistes et coopératives comptent pour 0,1 % du total : ils ne sont généralement pas exploités sous forme d'entreprises individuelles.

a % de composition pour chaque mode de faire-valoir

b % de composition pour chaque branche

TABLEAU 29

DISTRIBUTION D'UN ECHANTILLON DE COMMERCANTS PARISIENS SELON LE STATUT A L'ACCES DANS LA PROFESSION, LA BRANCHE ET LE STATUT ACTUEL.

STATUT ACTUEL	BRANCHE	STATUT A L'ACCES DANS LA PROFESSION						
		employé	gérant appointé	gérant libre	propriét du fonds	propriét. fonds+ murs	non réponse	total
employé	A	1						1
	T							
	D	1						1
	tot	2						2
gérant appointé	A							
	T	1			1			2
	D	2	1					3
	P							
	tot	3	1		1			5
gérant libre	A	2						2
	T	2						2
	D	1						1
	P							
	tot	5						5
propriétaire du fonds	A	5	1	3	5		1	15
	T	7		2	10			19
	D	8	1	1	7		1	18
	P				3			3
	tot	20	2	6	25		2	55
propriétaire du fonds et des murs	A	6			1			7
	T		1		1	1		3
	D	4			1	1	1	7
	P		1					1
	tot	10	2		3	2	1	18
société s.a.i	T	1			1			2
	tot	1			1			2
non réponse	A						2	2
	D	1						1
	tot	1					2	3
TOTAL	(1)	42	5	6	30	2	5	90

Extrait de M.COQUERY Recherches sur la mobilité des commerçants Laboratoire de Géographie Humaine, associé au CNRS 1969, p.92

(1) A alimentaire
T textiles habillement
D divers

TABLEAU 30 RÉPARTITION DES EXPLOITANTS INDIVIDUELS SELON L'ÂGE ET LE MODE DE FAIRE-VALOIR EN 1966

Propriété \ Age		moins de 35 ans		35 - 44		45 - 54		55 - 64		65 et +		Ensemble	
		a	b	a	b	a	b	a	b	a	b	a	b
Murs et fonds	A	22.8	9.0	36.8	32.4	44.8	27.3	52.1	28.7	56.9	12.4	41.9	100
	NA	28.1	7.6	36.4	19.3	41.3	23.6	46.0	30.3	49.6	19.0	41.4	100
	T	24.7	8.4	36.6	21.0	43.3	25.6	49.1	29.4	52.6	15.4	41.7	100
Fonds seul	A	66.9	20.8	57.6	27.6	51.4	24.6	45.4	19.7	40.8	7.0	53.2	100
	NA	66.2	13.3	60.3	23.6	56.4	23.8	52.2	25.4	48.6	13.7	56.0	100
	T	66.6	17.3	58.7	25.7	53.6	24.2	48.8	22.4	45.5	10.2	54.5	100
Gérants libres	A	10.2	35.4	5.4	29.3	3.6	19.6	2.3	11.4	2.1	4.1	4.7	100
	NA	5.6	24.6	3.2	27.4	2.1	19.9	1.6	17.6	1.6	10.1	2.6	100
	T	8.5	32.0	4.5	28.8	3.0	19.7	2.0	13.3	1.8	6.0	3.7	100
Ensemble	A	100	16.6	100	25.5	100	25.5	100	23.1	100	9.1	100	100
	NA	100	11.2	100	21.9	100	23.6	100	27.2	100	15.8	100	100
	T	100	14.1	100	23.9	100	24.6	100	25.0	100	12.2	100	100

France entière

a : % de composition pour chaque tranche d'âge

b : % de composition pour chaque mode de faire-valoir

A alimentaire
NA non alimentaire
T total

TABLEAU 31

A - RÉPARTITION DES COMMERÇANTS INDIVIDUELS SELON L'ORIGINE DES REVENUS ET LA BRANCHE D'ACTIVITÉ (pourcentages)

Origine des revenus / Branche	Le revenu tiré du commerce est le seul revenu		revenu principal		revenu secondaire		mal désigné		TOTAL	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Alimentation	21.9	55.3	27.3	25.2	28.8	15.9	29.6	3.5	24.3	100
Viandes	16.1	77.3	9.9	17.3	2.6	2.7	11.2	2.5	12.8	100
Boulangerie-P.	15.2	85.7	5.7	11.4	1.9	2.9	10.0	2.6	11.2	100
Alim. non sédentaire	7.0	65.5	5.3	18.3	6.8	14.0	4.8	2.1	6.5	100
Santé	0.9	52.0	1.3	28.2	1.4	17.4	0.8	2.3	1.1	100
Habillement-T.	10.7	46.4	18.4	29.6	22.4	21.1	16.2	3.2	14.2	100
Equip. Ent. du foyer	8.8	57.1	10.5	24.7	10.6	15.5	9.3	2.7	9.5	100
Autres non aliment.	13.5	55.9	16.5	25.0	18.2	16.4	13.1	2.5	14.9	100
Non alim. non sédent.	5.5	61.1	4.8	19.6	6.9	16.7	4.6	2.4	5.5	100
TOTAL	100	61.3	100	22.4	100	13.4	100	2.9	100	100

B - RÉPARTITION SELON L'ORIGINE DES REVENUS ET LA TRANCHE DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Origine des revenus / Tranche de chiffre d'affaires (F)	Le revenu tiré du commerce est le seul revenu		revenu principal		revenu secondaire		mal désigné		TOTAL	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
moins de 25 000	13.9	46.8	16.9	20.9	41.0	30.3	11.8	1.9	18.1	100
25 000 à moins de 50 000	11.9	52.2	15.2	24.5	22.1	21.1	10.4	2.1	14.0	100
50 000 à moins de 125 000	28.9	61.8	30.4	25.8	25.4	11.8	24.7	2.5	28.6	100
125 000 et plus	45.3	70.3	37.4	21.3	11.4	3.9	53.1	3.9	39.3	100
TOTAL	100	61.3	100	22.4	100	13.4	100	2.9	100	100

Source: Recensement de la distribution 1967. France entière. Tableau CCCN.

1. % de composition pour chaque rubrique "revenu"
2. % de composition pour chaque branche prise isolément (A)
   pour chaque tranche de chiffre d'affaires (B)

TABLEAU 32 RÉPARTITION DES EXPLOITANTS INDIVIDUELS SELON L'ÂGE, LE MODE DE FAIRE-VALOIR DU FONDS ET L'ORIGINE DES REVENUS DU MÉNAGE EN 1966

Age		Seul revenu				Revenu principal				Revenu secondaire				Ensemble			
		1	2	3	T	1	2	3	T	1	2	3	T	1	2	3	T
moins de 35 ans	A	10.8	23.4	40.0	19.3	4.9	11.3	17.1	8.2	7.7	18.4	27.4	14.0	9.0	20.8	35.4	16.6
	NA	8.5	13.5	26.2	11.9	4.5	10.0	18.9	7.6	9.9	16.8	26.2	14.4	7.6	13.3	24.6	11.2
	T	9.9	19.3	36.5	16.3	4.7	10.6	17.8	7.9	9.0	17.4	26.8	14.2	8.4	17.2	32.0	14.1
35 à 44 ans	A	24.4	28.6	28.1	26.9	17.9	23.8	36.1	21.2	20.7	26.9	27.6	24.5	22.4	27.6	29.2	25.5
	NA	21.5	24.7	28.8	23.6	14.7	20.1	29.2	17.8	20.4	24.8	23.5	23.0	19.3	23.6	27.7	21.9
	T	23.2	27.0	28.3	25.6	16.3	21.8	33.3	19.4	20.6	25.6	25.5	23.5	21.0	25.7	28.8	23.9
45 à 54 ans	A	28.3	24.3	18.3	25.5	25.7	26.4	22.7	25.9	24.7	23.9	24.8	24.3	27.3	24.6	19.6	25.5
	NA	24.9	24.3	20.1	24.4	20.8	22.7	20.9	21.8	24.3	23.6	18.4	23.7	23.6	23.8	19.9	23.6
	T	26.9	24.3	18.8	25.1	23.3	24.4	21.9	23.8	24.5	23.7	21.6	24.0	25.6	24.2	19.7	24.6
55 à 64 ans	A	28.1	18.5	10.9	21.8	30.9	24.4	12.9	27.4	27.4	20.6	13.0	23.3	28.7	19.7	11.4	23.1
	NA	31.3	26.6	16.9	28.2	31.8	25.3	16.6	28.2	24.7	21.8	20.1	22.9	30.3	25.4	17.5	27.2
	T	29.4	21.8	12.4	24.4	31.4	24.9	14.4	27.8	25.8	21.3	16.6	23.0	29.4	22.4	13.3	25.0
65 ans et plus	A	8.3	5.0	2.5	6.2	20.4	13.8	11.0	17.1	19.2	9.9	6.9	13.9	12.4	7.0	4.1	9.1
	NA	13.4	10.7	7.7	11.7	27.9	21.6	14.2	24.3	20.4	12.7	11.8	15.8	18.9	13.7	10.0	15.8
	T	10.4	7.4	3.8	8.4	24.1	18.1	12.3	20.9	19.9	11.7	9.3	15.1	15.4	10.2	6.0	12.2
Ensemble (base 100 dans chaque cas)	A	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	NA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	T	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Branche : A alimentaire NA non alimentaire T ensemble commerce de détail

Mode de faire-valoir du fonds : 1. propriétaires des murs et du fonds
2. propriétaires du fonds seul
3. gérants libres
T. ensemble statuts

TABLEAU 33 RÉPARTITION DES CHEFS D'ENTREPRISES INDIVIDUELLES DU COMMERCE DE DÉTAIL EN 1966

A - Selon le mode de faire-valoir, l'origine des revenus et la branche

Origine du revenu \ Mode de faire-valoir		Propriétaires murs et fonds	Propriétaires fonds seul	Gérants libres	(mal désigné)	TOTAL
Seul revenu	A	64.6	73.2	75.7		69.7
	NA	52.6	57.4	56.3	-	55.4
	T	59.1	65.8	69.6		63.1
Revenu principal	A	24.7	17.2	14.4		20.2
	NA	29.6	24.0	21.8	-	26.3
	T	26.9	20.4	16.7		23.0
Revenu secondaire	A	10.5	9.4	9.8		9.9
	NA	17.6	18.4	21.9	-	18.2
	T	13.8	13.7	13.6		13.7
Ensemble	A	100	100	100		100
	NA	100	100	100	-	100
	T	100	100	100		100

A : alimentaire NA : non alimentaire T : total

B - Selon le mode de faire-valoir et le chiffre d'affaires

Tranche de chiffres d'affaires \ Mode de faire-valoir	Propriétaires murs et fonds		Propriétaires fonds seul		Gérants libres		(mal désigné)		TOTAL	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
moins de 25 000 F	36.8	17.9	42.5	15.5	3.3	17.1	17.4	31.9	100	18.1
25 000 à moins de 50 000 F	36.8	13.9	48.9	13.8	2.8	11.5	11.4	16.1	100	13.9
50 000 à moins de 125 000 F	36.4	28.1	51.9	30.0	3.3	27.2	8.3	24.1	100	28.6
125 000 F et plus	37.9	40.6	51.2	40.6	3.9	44.1	6.9	27.7	100	39.2
TOTAL	37.1	100	49.5	100	3.4	100	9.8	100	100	100

1. % de composition pour chaque tranche de chiffre d'affaires
2. % de composition pour chaque mode de faire-valoir

(Calculs d'après tableaux de données INSEE RD 66 produits pour la CCCN 1970-71)

TABLEAU 34 ÉVOLUTION DE LA POPULATION ACTIVE DU COMMERCE (1)
DE 1962 A 1971

Indicateur	Année	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971 (2)
Effectifs (x 1000)	non salariés	766.8	749.7	740.8	735.0	729.8	726.9	724.7	707.4	697.5	687.3
	salariés	1 249.7	1 318.3	1 384.9	1 430.5	1 476.2	1 537.0	1 571.6	1 626.6	1 761.1	1 756.3
	Total	2 016.5	2 068.0	2 125.7	2 165.5	2 206.0	2 263.9	2 296.3	2 334.0	2 413.6	2 443.6
Part des effectifs du commerce dans le total actifs non agricoles %	non salariés	33.3	33.1	32.9	31.5	32.8	32.8	32.8	32.4	32.3	31.9
	salariés	12.5	12.7	12.9	13.0	13.2	13.5	13.7	14.0	14.5	14.2
	Total	16.4	16.4	16.3	16.3	16.5	16.6	16.8	16.9	16.9	16.8
Evolution d'une année sur l'autre %	non salariés		- 2.3	- 1.2	- 0.8	- 0.8	- 0.4	- 0.4	- 2.4	- 1.5	- 1.5
	salariés	2.6	5.5	5.1	3.3	3.2	4.1	2.3	3.5	5.5	2.3
	Total	1.0	2.6	2.8	1.9	1.9	2.6	1.4	1.6	3.4	1.2
Evolution 1962 = 100	non salariés	100.0	97.4	96.3	95.5	94.8	94.4	94.2	91.9	90.6	89.3
	salariés	100.0	105.4	110.8	114.4	118.1	122.9	125.7	130.1	137.2	140.5
	Total	100.0	103.4	106.2	108.2	110.3	113.2	114.8	116.7	120.6	122.1
Nombre de salariés actifs pour 1000		619	637	651	660	669	678	684	696	711	718
Nombre de salariés pour 1000 non salariés		1 629	1 758	1 869	1 949	2 022	2 114	2 168	2 299	2 460	2 555

(1) Nomenclature "Comptabilité Nationale"
(2) Evaluation

TABLEAU 35 MOUVEMENTS DE POPULATION ACTIVE AYANT AFFECTÉ LE COMMERCE DE 1959 À 1964 SELON LE SEXE ET LE SECTEUR ÉCONOMIQUE D'ORIGINE ET DE DESTINATION

SECTEUR (1)	ENSEMBLE							HOMMES					FEMMES				
	Mouvement total		Entrées (2)		Sorties (3)		Solde	Entrées		Sorties		Solde	Entrées		Sorties		Solde
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%		Effectif	%	Effectif	%		Effectif	%	Effectif	%	
Services	101 800	20.4	43 200	16.3	58 600	25.0	-15 400	19 600	10.9	27 600	20.9	- 8 000	23 600	27.6	31 000	30.4	- 7 400
Ind.mécan.élec.	71 000	14.2	42 000	15.9	29 000	12.4	+13 000	28 400	15.9	20 000	15.1	+ 8 400	13 600	15.8	9 000	8.8	+ 4 600
Agriculture	47 400	9.5	34 000	12.9	13 400	5.7	+20 600	28 000	15.6	9 400	7.1	+18 600	6 000	7.0	4 000	3.9	+ 2 000
Ind. textile	44 200	8.9	21 800	8.2	22 400	9.5	- 600	3 200	1.7	7 400	5.6	- 4 200	18 600	21.7	15 000	14.7	+ 3 600
Bâtiment T.P.	43 200	8.6	28 000	10.6	15 200	6.5	+12 800	27 000	15.1	13 200	10.0	+13 800	1 000	1.1	2 000	2.0	- 1 000
Ind.ag. et alim.	41 000	8.2	22 000	8.3	19 000	8.1	+ 3 000	17 600	9.8	12 000	9.1	+ 5 600	4 400	5.1	7 000	6.8	- 2 600
I.bois,papiers,div	31 600	6.3	16 600	6.3	15 000	6.4	+ 1 600	13 600	7.6	2 800	2.1	+10 800	3 000	3.5	12 200	11.9	- 9 200
Transp. Télécom.	20 600	4.1	10 200	3.8	10 400	4.4	- 200	7 800	4.3	10 400	7.8	- 2 600	2 400	2.8	-	-	+ 2 400
Matériaux const.	18 600	3.7	11 600	4.4	7 000	3.0	+ 4 600	10 600	5.9	6 000	4.5	+ 4 600	1 000	1.1	1 000	0.9	-
Etat (sauf armée)	13 600	2.7	7 000	2.6	6 600	2.8	+ 400	6 600	3.6	4 200	3.1	+ 2 400	400	0.4	2 400	2.3	- 2 000
Adm.privées et étr	12 000	2.4	2 800	1.0	9 200	3.9	- 6 400	2 200	1.2	3 200	2.4	- 1 000	600	0.7	6 000	5.8	- 5 400
Ménages	10 000	2.0	7 000	2.6	3 000	1.2	+ 4 000	1 000	0.5	-	-	+ 1 000	6 000	7.0	3 000	2.9	+ 3 000
Ind. chimique	7 400	1.4	1 600	0.6	5 800	2.4	- 4 200	1 600	0.8	4 800	3.6	- 3 200	-	-	1 000	0.9	- 1 000
Banques, assur.	7 200	1.4	3 000	1.1	4 200	1.8	- 1 200	2 200	1.2	3 800	2.8	- 1 600	800	0.9	400	0.3	+ 400
Métallurgie	6 400	1.2	3 000	1.1	3 400	1.4	- 400	3 000	1.6	2 400	1.8	+ 600	-	-	1 000	0.9	- 1 000
Coll.locales, semi-pub.	6 200	1.2	2 400	0.9	3 800	1.6	- 1 400	2 400	1.3	1 800	1.3	+ 600	-	-	2 000	1.9	- 2 000
Armée	5 400	1.0	3 600	1.3	1 800	0.7	+ 1 800	3 600	2.0	800	0.6	+ 2 800	-	-	1 000	0.9	- 1 000
Sécurité sociale	5 000	1.0	2 000	0.7	3 000	1.2	- 1 000	-	-	-	-	-	2 000	2.3	3 000	2.9	- 1 000
Energie, eau	4 800	0.9	2 000	0.7	2 800	1.1	- 800	-	-	2 000	1.4	- 2 000	2 000	2.2	800	0.7	+ 1 200
TOTAL	497 400	100	263 800	100	233 600	100	+30 200	178 400	100	131 800	100	+46 600	85 400	100	101 800	100	-16 400

(1) Classement dans l'ordre d'importance décroissante du total des mouvements.

(2) Entrées : appartiennent en 1964 au commerce et en 1959 aux autres secteurs.

(3) Sorties : appartiennent en 1959 au commerce et en 1964 aux autres secteurs.

(D'après Enquête INSEE - Etudes et Conjoncture, octobre 1966).

TABLEAU 36 ORIGINE ET DESTINATION DES MOUVEMENTS D'ACTIFS AYANT CONCERNÉ DES PROFESSIONS COMMERCIALES DE 1959 À 1964

A. DEPARTS VERS DES PROFESSIONS MANUELLES

Qualification en 1964 / Profession en 1959	Manoeuvres O.S.	Ouvriers qualifiés	Autres	Total
Employés de commerce	16 400	7 400	9 000	32 800
%	50.0	22.5	27.4	100.0
Industriels et commerçants	8 000	2 000	23 400	33 400
%	23.9	5.9	70.1	100.0

C. ENTREES EN PROVENANCE DE PROFESSIONS MANUELLES

Qualification en 1959 / Profession en 1964	Salariés agricoles	Agriculteurs	Manoeuvres et O.S.	Ouvriers qualifiés	Autres	Total
Employés de commerce	1 400	3 000	28 600	10 200	7 200	50 400
%	2.8	5.9	56.7	20.2	14.3	100.0
Industriels et commerçants	-	7 200	11 200	10 800	17 800	47 000
%	0.0	15.3	23.8	22.9	37.9	100.0

B. DEPARTS ET ENTREES (PROFESSIONS NON MANUELLES) AFFECTANT LES EMPLOYES DE COMMERCE

Mouvement / Profession		Dessinateurs	Agents techniques et technic.	Cadres admin. supér.	Autres cadres	Emplois de bureau	Agents mixtes	Indust. et Comm.	Gardiens	Services	Soins personnels	Santé	Enseignement	Armée	Ensemble
Sorties (1)	nombre		2 600	14 800	2 400	22 400	4 400	12 800	5 000	14 000	1 000	7 000	1 600		88 000
	%		2.9	16.8	2.7	25.4	5.0	14.5	5.6	15.9	1.1	7.9	1.8		100
Entrées (2)	nombre	400	3 600	5 400	200	26 000	3 200	14 400		11 000			2 600	6 000	72 800
	%	0.5	4.9	7.4	0.2	35.7	4.4	19.8		15.1			3.5	8.2	100
Ensemble	nombre	400	6 200	20 200	2 600	48 400	7 600	27 200	5 000	25 000	1 000	7 000	4 200	6 000	160 800
	%	0.2	3.8	12.5	1.6	30.1	4.7	16.9	3.1	15.5	0.6	4.3	2.6	3.7	100
Solde	nombre	+ 400	+ 1 000	- 9 400	- 2 200	+ 3 600	- 1 200	+ 1 600	- 5 000	- 3 000	- 1 000	- 7 000	+ 1 000	+ 6 000	- 15 200

(1) Employés de commerce en 1959 : professions en 1964
(2) Employés de commerce en 1964 : professions en 1959

SOMMAIRE DES RECHERCHES SUR LA MOBILITE DES COMMERCANTS
(M.COQUERY, Laboratoire de Géographie Humaine ,Associé au CNRS,1970)

[illegible]

AVANT PROPOS.

L'étude des phénomènes de mobilité est passionnante et difficile. Les thèmes qui en sont abordés ici, essentiellement à partir d'un groupe de commerçants parisiens, ne représentent qu'une contribution à l'étude des mutations actuellement observables dans notre société. Appliqués aux problèmes de structure du commerce de détail indépendant, ils proposent, au delà des particularités d'un échantillon limité, une démarche méthodologique de plus vaste portée.

Le Laboratoire de Géographie Humaine, associé au Centre National de la Recherche Scientifique, et son directeur, le professeur M. ROCHEFORT, remercient le Comité de la Recherche Commerciale, qui a encouragé cette recherche et le Service du Commerce (Direction du Commerce Intérieur et des Prix) qui l'a honorée d'une subvention. Ils tiennent aussi à remercier les commerçants qui ont bien voulu accueillir favorablement enquêteurs et questionnaires : sans leur concours, la recherche entreprise n'aurait pas eu de sens.

Cette étude a bénéficié de la collaboration permanente de Madame B. MADELIN, géographe, qui a participé aux enquêtes et procédé au travail de dépouillement des questionnaires et de traitement des réponses, et de la participation de M. BOUCHERET, sociologue, qui a notammment assuré le déroulement et l'exploitation des entretiens non directifs. Les thèmes mêmes de l'étude ont été définis par M. COQUERY, responsable scientifique, et s'inscrivent dans l'ensemble de recherches qu'il poursuit pour son doctorat d'état, sous la direction du professeur Pierre GEORGE ; il a personnellement pris en charge la conception et la rédaction du présent rapport.

Le Laboratoire de Géographie Humaine.
Associé au C.N.R.S.

1970

S O M M A I R E

pag.

Introduction générale: objectifs et conditions de l'enquête

PREMIERE PARTIE

MOLALITES DE PRE-ENQUETE

Chapitre 1. La pré-enquête par entretiens non directifs.

1.1 Aspects méthodologiques
1.2 Principaux thèmes recueillis 6

Chapitre 2. Remarques sur la première enquête par questionnaire : les raisons d'un échec [illegible]
2.1 Remarques d'ordre général: le problème du questionnaire [illegible]
2.2 Un climat de scepticisme et de pessimisme sur la profession commerciale [illegible]
2.3 Caractéristiques propres à chacun des deux sous-échantillons 19
ANNEXES 24

DEUXIEME PARTIE

L'ENQUETE PAR QUESTIONNAIRE

Introduction: constitution et composition de l'échantillon 29
ANNEXES et CARTES [illegible]

Chapitre 1. Caractéristiques socio-professionnelles des commerçants. [illegible]
1.1 Caractéristiques socio-démographiques [illegible]
11.1 Répartition des commerçants selon l'âge, le sexe et la branche exercée [illegible]
11.2 Le milieu professionnel d'origine 38
11.3 L'ambiance professionnelle du ménage: l'activité du conjoint 39
ANNEXES du titre 1.1 42

SUITE DU SOMMAIRE

page

1.2 Les aspects de la formation générale et professionnelle des commerçants 43

1.2.1 Scolarisation et formation générale 43

1.2.2 Les modalités d'acquisition de la formation professionnelle 45

ANNEXES du titre 1.2 50

1.3 La situation actuelle des commerçants: statut et localisation 52

1.3.1 Le statut actuel des commerçants: les caractéristiques du petit commerce de détail 52

1.3.2 Localisation des établissements et lieux de résidence des commerçants 54

ANNEXES du titre 1.3 57

Chapitre 2. Carrière commerciale et mobilité professionnelle. 59

2.1 Modalités d'entrée dans la vie active 60

2.1.1 Professions envisagées et professions exercées 60

2.1.2 La mobilité professionnelle antérieure à l'entrée dans le commerce 64

[illegible] 68

[illegible] modalités d'entrée dans la [illegible] 71

[illegible] profession [illegible]

[illegible] 71

[illegible] modalités précises d'entrée dans la [illegible] 75

[illegible] 78

[illegible] commerçants 82

[illegible] du statut et mobilité sociale 82

[illegible] professionnelle interne et mobilité géographique [illegible]

[illegible] 90

Chapitre 3. Aspirations et projets: la mobilité potentielle des commerçants. 94

3.1 Un élément préalable de mobilité: le degré d'insatisfaction sur la localisation des établissements 94

31.1 La mesure du phénomène 94

31.2 Les motifs de satisfaction et d'insatisfaction 96

31.3 Les variantes de l'espace commercial parisien 98

ANNEXES du titre 3.1 [illegible]

3.2 La mobilité géographique potentielle [illegible]

32.1 Mesure et aspects de la propension à la mobilité [illegible]

32.2 Les motivations de la mobilité potentielle 106

32.3 L'expansion, facteur de mobilité [illegible]

ANNEXES du titre 3.2 [illegible]

3.3 Perspectives de mobilité sectorielle [illegible]

33.1 La propension à la mobilité professionnelle interne 117

33.2 Un indice significatif de mobilité potentielle: l'abandon éventuel de la profession commerciale pour un autre secteur d'activité [illegible]

33.3 Le médiocres perspectives de renouvellement interne de la profession [illegible]

ANNEXES du titre 3.3 [illegible]

CONCLUSION 164

MODELE DE QUESTIONNAIRE UTILISE POUR L'ETUDE DE LA MOBILITE DES COMMERCANTS (op.cit.)

MINISTERE DE L'EDUCATION NATIONALE

Laboratoire de Géographie Humaine de l'U.E.R. Géographie de Paris -(Associé au C.N.R.S.)

191, rue Saint-Jacques, Paris V° - Dan. 76-03 (poste 96)

Madame, Monsieur,

Le Laboratoire de Géographie Humaine de l'Institut de Géographie de l'Université de Paris, entreprit une recherche dont le thème est "La mobilité des commerçants" envisagé sous divers aspects.

Les commerçants ont parfois l'impression que leurs problèmes et leur rôle [illegible] sont méconnus, ou, pour le moins, mal compris. La recherche que nous [illegible] prenons, dans un cadre universitaire et dans l'optique d'une recherche fondamentale, est donné justement pour but de [illegible] les conditions d'exercice de la profession [illegible] qui [illegible] dont les [illegible] comment peut-on amené à s'étudier [illegible] ensemble de questions dont vous [illegible].

[illegible] vous voulez, nous préférons votre [illegible]

[illegible] pour [illegible] le maximum de précision. [illegible] partie [illegible], les définitions de lieu ont m[illegible] [illegible] avec précisité [illegible] pour [illegible] provoquer, à la [illegible] nous faudra pour cor[illegible] répondre, vous [illegible] [illegible] que [illegible].

[illegible] vous le faire, nous pourrons revoir en contact avec vous pour [illegible] de [illegible], bien entendu anonymes, de cette étude. [illegible] tout [illegible] fondamental désintéressé. Conscients du [illegible] prématuré de votre profession, nous vous remercions vivement [illegible] l'effort que vous voudrez bien consentir pour nous permettre de mener à bien cette étude et nous vous prions, Madame, Monsieur, d'agréer l'expression de nos sentiments distingués.

Michel CONSTANTY, agrégé de l'Université,
maître-assistant à la Sorbonne.
Françoise [illegible], géographe.
Jean-Marie [illegible], sociologue.

UNITE D'ENSEIGNEMENT ET DE RECHERCHE
DE GEOGRAPHIE -PARIS-

Laboratoire de Géographie Humaine
191 rue Saint-Jacques - Paris 5°

1969

RECHERCHE SUR LA MOBILITE
PROFESSIONNELLE ET GEOGRAPHIQUE

QUESTIONNAIRE

---

	ne rien inscrire ici
1- INDICATIONS GENERALES	
0- Nom (facultatif).	
1- Sexe: ☐ masculin ☐ féminin	☐
2- Age.	☐
3- Branche :	☐
4- Adresse de l'établissement:	
5- Adresse personnelle:	
6- Profession des parents: père: mère:	☐
7- [illegible] conjoint:	☐
2- [illegible]	
1- Au départ, aviez-vous envisagé d'exercer une activité commerciale ?	
oui ☐ non ☐	☐
Lequel ?	
3- A la suite de quelles circonstances êtes-vous entré dans [illegible]	☐
2- Qu'entendiez-vous de cette profession ?	☐
3- Quelle formation générale avez-vous reçue ?	
☐ primaire	
☐ secondaire ☐ complet ☐ interrompu	☐
☐ supérieur	
4- Avez-vous acquis votre formation professionnelle,	
☐ en suivant un enseignement particulier ? Lequel:	
☐ dans votre famille ?	
☐ comme employé ?	☐
☐ ou bien avez-vous débuté à votre compte sans formation préalable ?	

3- ACCES A LA PROFESSION ET SITUATION ACTUELLE

0- Avez-vous débuté en qualité
- d'employé
- de gérant
  - libre
  - appointé
- de propriétaire
  - du fonds
  - des murs

1- Quelle est votre situation actuelle ?
- employé
- gérant
  - libre
  - appointé
- propriétaire
  - du fonds
  - des murs

4- ASPIRATIONS A L'AVENIR

0- Etes-vous satisfait de la localisation de votre [illegible] ?
- oui — pourquoi
- non — pourquoi

1- Souhaitez-vous changer d'implantation ?
- oui — où, de préférence ? avec quelle recherche:
- non

2- Envisagez-vous de vous agrandir sur place ?
- oui
- non

3- Envisagez-vous de créer un magasin supplémentaire ?
- oui — où, de préférence ?
- non

4- Envisagez-vous d'abandonner votre activité présente pour exercer une autre activité commerciale ?
- oui — laquelle:
- non

5- Souhaitez-vous que vos enfants deviennent commerçants à leur tour ?
- oui
- non

5a- S'ils travaillent déjà, que font-ils ?

5- ITINERAIRE PROFESSIONNEL ET GEOGRAPHIQUE

0- Au cours de votre carrière commerciale, avez-vous changé:
- d'activité commerciale
- de localisation
- d'activité et de localisation

	activité	localisation	âge auquel s'est produit le changement
1			
2			
3			
4			
5			

1- Avez-vous, dans le passé, exercé une (ou plusieurs) professions non commerciales ?
- oui — laquelle:
- non

2- Envisagez-vous d'abandonner le commerce pour une autre profession ?
- oui — laquelle: — à quel âge: — où vous établiriez-vous, de préférence:
- non

Accepteriez-vous de vous prêter à un entretien plus approfondi sur ces questions ?
- oui
- non

Le laboratoire de Géographie Humaine de Paris vous remercie de votre précieuse collaboration.

[Tableau 19]. Distribution des commerçants selon le sexe, la branche actuelle, l'intention professionnelle initiale et l'exercice antérieur d'une profession non commerciale.

Intention initiale et branche actuelle		Profession non commerciale exercée: ayant exercé une profession non commerciale							non réponse			TOTAL
		[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	tot	
ayant envisagé au départ une carrière commerciale	A	2						6				22
	T	5	1			1	10			1	1	17
	D			3		4	1[illegible]		1	1	2	14
	F				1		1					1
	tot	4	1	15	51	5	39		1	2	3	54
n'avait pas envisagé au départ une carrière commerciale	A	2			1							4
	T	5		5	2	3	5					10
	D	7	3	10	2		2					17
	F		1	1	2		2					3
	tot	14	4	16	12	3	15					34
non réponse	A						1					1
	T								1	1		1
	tot				1		1		1			2
TOTAL		30	5	56	44	8	59	1	3	4		90

[Tableau 20]. Distribution des commerçants selon l'âge, la branche actuelle et l'intention professionnelle initiale.

Intention initiale et branche actuelle		tranches d'âge				
		20-29	30-39	40-49	50 et +	total
ayant envisagé au départ une carrière commerciale	A	4	12	6		22
	T	2	3	11	1	17
	D	1	9	5		14
	F			1		1
	tot	7	23	23	1	54
n'avait pas envisagé au départ une carrière commerciale	A	1	2	1		4
	T	1	2	2		5
	D	1	9	6	1	17
	F	1	1	1		3
	tot	4	19	10	1	34
non réponse	A		1			1
	T				1	1
TOTAL		11	43	33	2	90

[TABLEAU N° 22.] T. 22.

PROFESSIONS NON-COMMERCIALES EXERCEES ANTERIEUREMENT selon le niveau de formation générale et la branche commerciale actuelle.

(31 réponses sur 34)

PROFESSIONS NON COMMERCIALES (1)	FORMATION GENERALE	BRANCHE ACTUELLEMENT EXERCEE
-ouvrier pâtissier -ouvrier bijoux fantaisie, soudeur -polisseur sur métaux -chauffeur routier -mécanicien aviation militaire, exploitant de jeux publics détective privé	PRIMAIRE SEUL	COMMERCE ALIMENTAIRE (9 réponses sur 10)
-ouvrier pâtissier confiseur -employé des P & T	SECONDAIRE INTERROMPU	
-employé de banque -garçon de restaurant-hôtel	SECONDAIRE COMPLET	
-garçon de magasin -salarié confection -menuisier -employé P & T, commis greffier, chef de garage	PRIMAIRE SEUL	COMMERCE DES TEXTILES ET DE L'HABILLEMENT (11 réponses sur 11)
-"employé"d'industrie -représentant VRP	SECONDAIRE INTERROMPU	
-salarié (sans autre indication) -comptable, chef magasinier, -fonctionnaire	SECONDAIRE COMPLET	
-travail médico-social, agent d'assurances -salarié compagnie d'assurances	SUPERIEUR	
-représentant de commerce -représentant, employé de bureau -mécanicien opticien	PRIMAIRE SEUL	AUTRES COMMERCES NON ALIMENTAIRES (11 réponses sur 13)
-réparateur horlogerie -comédien -journaliste, critique, directeur de revue -secrétaire, services secrets du Ministère des Aff. Etrangères -secrétariat	SECONDAIRE INTERROMPU	
-secrétaire médicale	SEC. COMPLET	
-fonctionnaire d'une maison de retraite, adjoint au chef d'une entreprise de Bâtiments et de T. Publics -directeur d'école	SUPERIEUR	

(1) Par profession non commerciale, les enquêtés ont compris toute activité n'étant pas l'exploitation proprement dite d'un commerce.

SUITE... CE QUI ETAIT ATTENDU DU COMMERCE

[TABLEAU 25]

CE QUI ETAIT ATTENDU DE LA PROFESSION COMMERCIALE
SELON LE SEXE, L'INTENTION INITIALE SUR LE CHOIX
D'UNE CARRIERE ET LA BRANCHE ACTUELLEMENT EXERCEE.

(texte des réponses)

ce qui était attendu du commerce	sexe	intention initiale	branche actuelle
- gagner sa vie - gagner sa vie - réussite morale et financière - un avenir - une certaine liberté d'existence - être son maître et volonté de "percer" - indépendance et liberté - la liberté dans le travail - travail indépendant et aisance familiale - s"établir à son compte - du travail, mais sans tracas gouvernementaux - pouvoir exercer un travail indépendant - la liberté - amour du métier - une évolution progressive étant de nature délicate, son père espérait lui éviter des privations - beaucoup de travail pour un rapport moyen (réponse à la question biaisée puisqu'elle paraît rétrospective) [illegible] au départ	M	avaient envisagé au départ une profession commerciale	commerce alimentaire (21 réponses sur 27)
- beaucoup de travail pour le travail que cela représente (même remarque que ci-dessus) - à [illegible] actuelle plus grand'chose (idem)	M	avaient envisagé une autre profession	
[illegible]	M	aucune intention	
[illegible] - [illegible] qu'avait son père - [illegible] des contacts humains - [illegible] en restant libre - [illegible] - aisance et relative indépendance - être à son compte (après avoir été VRP) - liberté d'action, sens des responsabilités - être libre de son emploi du temps, tout en travaillant beaucoup	M	avaient envisagé une profession commerciale	commerce des textiles et de l'habillement (19 réponses sur 28)
- satisfaction morale et personnelle - un travail varié, un grand contact humain, être à son compte, liberté, goût des responsabilités, ambition	F		

ce qui était attendu du commerce	sexe	intention initiale	branche actuelle
- rentabilité et indépendance - indépendance et responsabilité - vivre et faire vivre sa famille - rien (profession imposée)	M	avaient envisagé une autre profession	textile (suite)
- avoir la possibilité matérielle d'élever 3 jeunes enfants - gagner sa vie - rapport financier	F		
- son mari étant cordonnier, ont créé un petit commerce	F	aucune	
- une profession à caractère scientifique	M	n'avaient pas envisagé cette profession au départ	pharmacie (2 réponses sur 4)
- contact humain et médical	F		
- gagner son beefsteak - une vie décente - l'indépendance - le meilleur - rien à 14 ans	M	avaient envisagé une profession commerciale	Autres commerces non-alimentaires (20 réponses sur 31)
- gagner sa vie activement - ce qu'elle en connaissait - le bien-être	F		
- se faire une situation - un emploi stable - des revenus confortables - me permettre de vivre honnêtement et décemment - faire vivre sa famille décemment et assurer l'avenir de ses enfants - indépendance, libre entreprise - travail agréable et indépendant - travail artisanal et indépendante - beaucoup - un substitut à une carrière littéraire impossible faute de dons	M	n'avaient pas envisagé au départ une profession commerciale	
- le moyen d'élever décemment ses enfants - rien	F		

SUITE... CIRCONSTANCES D'ENTREE DANS LA PROFESSION COMMERCIALE

[TABLEAU N° 26] CIRCONSTANCES PRECISES D'ENTREE DANS LA PROFESSION SELON L'INTENTION
T. 26. INITIALE, LA BRANCHE ACTUELLE ET LE SEXE.

CIRCONSTANCES		INTENTION INITIALE	BRANCHE ACTUELLE
- appartenant [illegible] de commerçants - reprise [illegible] de parents - idem - malade [illegible] commerçant - a [illegible] mère - a [illegible] père, était passionné par le métier - des [illegible] - métier [illegible] - voulait [illegible] un travail manuel - pour [illegible] - acquisition de fonds - manque de finances [illegible] commerce de bestiaux - manque de [illegible] - après le mariage - à la [illegible] guerre - après la guerre [illegible] ne l'ayant pas reprise		avaient envisagé 1 profession commerciale (16 réponses sur 22)	COMMERCE ALIMENTAIRE
- vers 1944-45, à la suite du décès prématuré du père - pour seconder ses parents - par hasard		avaient envisagé 1 profession commerciale (3 réponses sur 4)	(20 réponses exploitables sur 27)
- à la suite du décès de son père commerçant		aucune intention manifestée (1 réponse sur 1)	NB : tous des hommes
- reprise d'une [illegible] de famille - circonstances [illegible] - par habit de familiale - succession de parents - par [illegible] - penchant naturel pour cette branche par formation commerciale - à la suite d'1 apprentissage en bonneterie usine par hasard après la guerre 1939-40 (2 [illegible]) à la [illegible] - après avoir appris le métier de fourreur, puis de représentant [illegible] installé en 1945	M	avaient envisagé 1 profession commerciale	COMMERCE DU TEXTILE ET DE L'HABILLEMENT
- attirance depuis toujours - par goût	F		
- situation de famille - relations familiales - prendre la suite de parents malades - décès du père commerçant - par relation et à cause de la guerre - études interrompues par la guerre	M	avaient envisagé une autre profession	(24 réponses exploitables sur 28)
- à la suite du mariage - suite à un divorce - par nécessité	F		

CIRCONSTANCES D'ENTREE DANS LA PROFESSION	SEXE	INTENTION INITIALE	BRANCHE ACTUELLE
-choix sentimental	F	avait envisagé cette profession	Pharmacie (4 réponses sur 4)
-après la geurre 39-40 et 3 ans d'interruption de ses études, n'a pu préparer une grande école et a fait pharmacie -craignant des débouchés difficiles en chimie, a choisi pharmacie -désirant être sédentaire, a acheté une officine	H	avaient envisagé une autre profess.	
-fils de commerçant, a exercé dès 12-14 ans -succession de grands-parents, attrait pour le commerce -place vacante dans le commerce de famille -fin d'étude -à partir d'une formation artisanale dans la réparation d'horlogerie -à la suite de la guerre et de difficultés économiques rendant difficile une installation professionnelle dérivée d'études universitaires	H	avaient envisagé une profession commerciale (9)	Commerces divers (22 réponses exploitables sur 31)
-à la suite du mariage -par désir -à la suite d'un héritage	F		
-à cause des lois d'exception (régime de Vichy)(1) -rapatrié après les massacres de Syrie -après impossibilité de continuer une carrière artistique et après avoir fondé un foyer -à la suite du mariage -à la suite d'une maladie (voulait travailler dans l'industrie -par ordre du père, l'ayant obligé à faire une école supérieure de commerce ; -à la mort de son père, nécessité de travailler -par souci de stabilité, après voir été voyageur de commerce -après avoir été VRP, ne voulait plus continuer à voyager, pour raisons familiales -a suivi l'exemple de camarades qui quittaient leurs études pour se lancer dans les affaires, vers 1920	H	avaient envisagé une autre profes. (13)	
-à la suite du mariage -par le mariage -à la suite de l'héritage d'un petit capital	F		

(1) alors qu'il envisageait l'enseignement.

ANNEXES DU CHAPITRE V

TABLEAUX PUBLIÉS OU DISPONIBLES À L'INSEE AUX DIVERS ÉCHELONS GÉOGRAPHIQUES
AUTRES QUE FRANCE ENTIÈRE SEULE

Publié (1)	Disponible	TABLEAU	Echelon géographique		
			21 régions	95 départements	98 agglomér. 50
	x	Etablissements par secteur d'activité détaillée (5 chiffres) : personnes occupées, salariés, salaires, chiffre d'affaires, investissement des établissements.	x		
x RD1		Etablissements par secteur d'activité (à 2 et 1 chiffres) : établissements sans salarié, établissements ayant investi, chiffre d'affaires.	x	x	
x RD1		Etablissements par secteur d'activité (à 2 et 1 chiffres) : nombre de salariés (à plein temps, à temps partiel), montant des investissements, montant des salaires et des avantages en nature.	x	x	
x RD2		Etablissements par secteur d'activité (à 2 et 1 chiffres) : par catégorie de communes (rurales, urbaines, de moins de 50 000 h, de plus de 50 000 h, chiffre d'affaires, nombre de personnes occupées.)	x		
x RD2		Etablissements par secteur d'activité (à 2 et 1 chiffres) selon l'importance du chiffre d'affaires (3 tranches) : chiffre d'affaires, nombres de personnes occupées (dont salariés).	x		
x RD2		Etablissements par secteur d'activité (à 2 et 1 chiffres) selon l'importance du chiffre d'affaires (3 tranches) : chiffre d'affaires, nombre d'établissements ayant investi, montant des investissements, rémunérations.	x		
	x	Etablissements par secteur d'activité (à 2 et 1 chiffres) selon l'importance du chiffre d'affaires (3 tranches) : surface totale, surface de vente, capacité des chambres froides, chiffre d'affaires, ratio CA/m2.	x		x
x RD3		Etablissements par secteur d'activité (à 2 et 1 chiffres) : surface de vente, CA/m2.	x		
x RD3		Etablissements (ensemble du commerce de détail) : surface de vente.			x
	x	Etablissements par secteur d'activité (à 2 et 1 chiffres) suivant méthode de vente (traditionnelle, mixte, libre-service) : surface de vente, chiffre d'affaires.	x		x
	x	Etablissements par secteur d'activité (à 2 et 1 chiffres) : formes de vente (en magasin, vente par correspondance, par tournées, etc.)	x		x
	x	Etablissements par secteur d'activité (à 3 chiffres) : durée de la fermeture saisonnière.	x (+ 8 ZAT)		

(1) RD1 Résultats du Recensement de la Distribution INSEE 1970
RD2 idem (1971)
RD3 Collection INSEE E.14 (1972)

TABLEAU **37** DENSITES COMMERCIALES ET REPARTITION DES ETABLISSEMENTS COMMERCIAUX SELON LA BRANCHE ET LA CATEGORIE DIMENSIONNELLE DE COMMUNE A L'ÉCHELLE REGIONALE (1966)

Région		Commerce alimentaire				Commerce non alimentaire				Ensemble			
		1	2	3	T	1	2	3	T	1	2	3	T
ALSACE	a	65.7	47.4	44.5	51.7	23.9	48.7	49.9	41.7	89.6	98.1	94.4	93.4
	b	38.3	24.5	37.1	100%	17.2	31.1	51.6	100%	28.9	27.4	43.6	100%
AQUITAINE	a	68.6	64.2	55.0	62.7	35.3	77.3	60.6	54.0	103.9	141.5	115.6	116.7
	b	45.1	23.2	31.5	100	27.0	32.6	40.4	100	36.7	27.5	35.8	100
AUVERGNE	a	70.2	80.4	43.2	66.1	45.2	98.5	48.8	60.3	115.4	178.9	92.0	126.4
	b	51.0	32.4	16.5	100	36.0	43.4	20.5	100	43.8	37.6	18.4	100
BOURGOGNE	a	67.4	65.0	53.7	63.5	30.0	75.4	55.0	49.2	97.5	140.4	108.7	112.7
	b	50.0	30.2	19.7	100	28.8	45.1	26.0	100	40.7	36.7	22.5	100
BRETAGNE	a	64.6	64.5	54.7	62.3	31.8	67.0	50.1	45.1	96.5	131.5	104.9	107.4
	b	52.9	26.4	20.6	100	36.0	37.8	26.1	100	45.8	31.2	22.9	100
CENTRE	a	70.3	53.1	44.1	58.2	32.0	58.9	48.8	44.1	102.3	112.0	92.9	102.3
	b	53.5	25.1	21.3	100	32.1	36.7	31.1	100	44.3	30.1	25.5	100
CHAMPAGNE	a	63.2	60.5	49.6	58.2	23.4	63.7	47.1	42.0	86.6	124.2	96.8	100.2
	b	44.2	28.9	28.8	100	22.7	42.0	35.2	100	35.2	34.4	30.3	100
FRANCHE - COMTE	a	59.5	56.8	38.3	52.3	25.8	66.1	50.1	43.9	85.4	123.0	88.5	96.3
	b	48.8	28.8	22.3	100	25.2	39.9	34.8	100	38.1	33.9	28.6	100
LANGUEDOC	a	93.2	95.8	56.9	81.0	39.6	92.7	57.5	62.0	132.8	188.5	114.4	143.0
	b	39.1	35.6	25.1	100	21.7	45.1	33.1	100	31.6	39.7	28.6	100
LIMOUSIN	a	61.3	114.0	39.1	62.1	35.2	140.5	44.8	52.9	96.6	254.5	84.0	115.1
	b	55.4	25.8	18.7	100	37.4	37.3	25.2	100	47.1	31.1	21.2	100
LORRAINE	a	58.0	51.1	46.3	51.4	22.8	54.7	47.9	42.9	80.9	105.9	94.2	94.3
	b	33.0	34.0	33.0	100	15.5	43.5	40.8	100	25.0	38.3	36.6	100
MIDI-PYRENEES	a	61.0	72.7	48.0	61.0	32.5	94.1	52.3	55.6	93.5	166.9	100.4	116.7
	b	44.9	34.7	20.3	100	26.2	49.3	24.4	100	36.0	41.7	22.3	100
NORD	a	83.9	97.0	48.2	62.2	44.1	94.3	48.2	56.1	128.0	191.4	96.4	118.3
	b	18.9	28.6	52.4	100	11.0	30.8	58.1	100	15.2	29.6	55.1	100
BASSE-NORMANDIE	a	70.4	69.1	53.7	66.9	35.6	82.5	53.0	52.6	106.0	151.6	106.7	119.6
	b	54.8	30.4	14.7	100	35.3	46.2	18.4	100	46.2	37.3	16.4	100
HAUTE-NORMANDIE	a	74.0	61.2	58.6	64.1	32.8	68.8	57.7	53.0	106.8	130.0	116.4	117.2
	b	35.8	26.4	37.7	100	19.2	35.9	44.8	100	28.3	30.7	40.9	100
PAYS DE LA LOIRE	a	68.8	67.7	50.6	62.7	30.9	72.1	51.3	46.4	99.8	139.8	101.9	109.1
	b	50.6	23.3	28.0	100	30.7	33.5	35.7	100	42.1	27.6	30.2	100
PICARDIE	a	65.8	53.6	40.8	57.6	25.4	60.9	42.9	41.9	91.2	116.5	83.8	99.6
	b	50.9	36.7	12.3	100	27.0	55.2	17.7	100	40.8	44.5	14.6	100
POITOU-CHARENTES	a	68.5	81.0	43.0	65.9	34.0	87.6	43.4	48.1	102.5	168.6	86.4	114.1
	b	58.2	27.8	13.9	100	39.5	41.2	19.2	100	50.3	33.5	16.1	100
PROVENCE COTE d'A C.D	a	76.0	83.8	52.4	62.9	47.6	91.6	56.8	69.9	123.6	175.4	109.3	125.8
	b	19.0	28.6	52.3	100	11.9	31.3	56.7	100	15.5	30.0	54.5	100
REGION PARIS.	a	67.0	32.5	49.1	48.8	31.8	36.2	62.4	59.6	98.8	68.8	111.5	108.3
	b	5.2	4.2	90.5	100	2.0	3.8	94.1	100	3.4	4.0	92.5	100
RHONE-ALPES	a	78.5	54.0	55.0	59.8	45.7	66.3	63.5	59.6	124.2	120.3	116.5	119.5
	b	33.8	23.2	42.9	100	19.8	28.5	51.6	100	26.8	25.9	47.2	100
FRANCE	a	69.3	65.4	50.0	59.2	33.9	72.7	56.8	53.5	103.3	138.1	106.8	112.7
	b	35.1	24.6	40.2	100	19.0	30.3	50.6	100	27.5	27.3	45.1	100

1. communes rurales
2. unités urbaines de moins de 50 000h.
3. unités urbaines de plus de 50 000h.
T. Total

a. densité commerciale (nombre d'établissements pour 10 000h.)
b. répartition des établissements selon les catégories de communes (%)

TABLEAU 38 DENSITES COMMERCIALES SELON LA BRANCHE ET LA REGION : SURFACES DE VENTE / 1000 HABITANTS

Région	Commerce de détail			Rapport non alim. / aliment.
	alimentaire	non alimentaire	ensemble	
REGION PARISIENNE	134.8	305.5	440.3	2.26
CHAMPAGNE	180.6	280.0	460.6	1.55
PICARDIE	169.6	290.7	460.4	1.71
HAUTE-NORMANDIE	171.8	265.6	437.4	1.54
CENTRE	168.7	243.9	412.6	1.44
BASSE-NORMANDIE	179.4	259.6	439.1	1.44
BOURGOGNE	193.3	284.5	477.8	1.47
NORD	185.8	299.4	485.2	1.61
LORRAINE	171.3	310.1	481.5	1.81
ALSACE	180.5	299.0	479.5	1.65
FRANCHE-COMTE	187.4	253.9	441.3	1.35
PAYS DE LA LOIRE	173.3	240.0	413.3	1.38
BRETAGNE	181.8	222.4	404.2	1.22
POITOU-CHARENTES	181.4	275.1	456.5	1.51
AQUITAINE	195.4	285.3	480.7	1.46
MIDI-PYRENEES	197.2	298.8	496.1	1.51
LIMOUSIN	160.3	227.2	387.6	1.41
RHONE-ALPES	177.4	278.8	456.2	1.57
AUVERGNE	182.3	280.0	462.3	1.53
LANGUEDOC	225.3	333.3	558.7	1.47
PROVENCE-COTE D'AZUR	164.0	293.6	457.6	1.75
FRANCE ENTIERE	172.4	283.2	455.7	1.64

Sources : Recensement de la Distribution 1967
Recensement de la Population 1968.

ANNEXE METHODOLOGIQUE SUR LES MODALITES ET LES LIMITES DU RECOURS A LA DOCUMENTATION FISCALE.

Le recours aux renseignements statistiques détenus par la Direction de la Documentation Fiscale (1) n'est pas encore très fréquent dans la recherche géographique française, pour différentes raisons qu'il y a lieu de préciser. Il pourrait cependant enrichir l'étude des entreprises et, dans une certaine mesure, celle de la consommation, bien qu'il soit de bon ton de considérer cette famille d'informations comme peu fiables, en raison de leur caractère fiscal : la sous-déclaration des chiffres d'affaires et des bénéfices, quand ce n'est pas des personnels employés (notamment à temps partiel) est un phénomène généralisé, d'ampleur variable dans l'espace et dans le temps. Les Inspecteurs des impôts le connaissent bien, qui opèrent des "redressements" dont les taux reflètent une véritable géographie de la fraude. A supposer qu'on admette que ce biais systématique revête une intensité identique n'interdisant pas de ce fait une démarche comparative, les tabous et les interdictions formelles concernant l'étude et la publication de tout ce qui a trait aux revenus suffiraient à décourager tout chercheur. Et pourtant, ce n'est pas à ce niveau qu'opèrent les principaux phénomènes de blocage de l'information, comme nous avons pu l'expérimenter au cours de cette recherche.

Quoi qu'il en soit, cette source existe et fournit, sur le nombre et les principales caractéristiques des entreprises, une série de données appréciables. Ses deux principaux utilisateurs demeurent l'Administration d'une part (2) et certains organismes et bureaux d'étude d'autre part, travaillant sous contrat pour le secteur public (ministères, collectivités locales) ou pour le secteur privé (études de marché). Il en va tout autrement dans d'autres pays (Etats-Unis, Allemagne fédérale ...) où depuis plusieurs décennies la recherche fondamentale en sciences humaines et économiques a su intégrer l'apport d'une documentation fiscale largement vulgarisée.

---

(1) Ministère de l'économie et des finances. Direction générale des impôts. Documentation fiscale. 34 rue Ampère, Paris 17ème.

(2) Commission des comptes commerciaux de la nation, Service des études économiques et financières, Direction du commerce intérieur et des prix, etc.

1. Nature des renseignements collectés par la Documentation fiscale

Les renseignements d'origine fiscale figurent sans doute parmi les documents les plus anciennement et les plus régulièrement rassemblés, pour l'évidente raison qu'ils permettent d'établir l'assiette de l'impôt. Les entreprises industrielles et commerciales sont tenues de fournir chaque année au Service des Contributions directes un certain nombre de renseignements d'ordre comptable afférentes à l'année ou à l'exercice servant de base à l'imposition. L'administration dispose ainsi de nombreuses données dont l'exploitation statistique peut fournir d'utiles informations chiffrées sur l'importance, la répartition géographique, la structure et l'évolution des diverses activités industrielles et commerciales.

Deux séries de statistiques sont établies, répondant à deux objectifs différents : des statistiques globales, qui prennent en considération l'ensemble des entreprises et donnent des valeurs absolues, des statistiques sur échantillon, établies d'après un nombre assez restreint d'entreprises sélectionnées, permettant de recueillir dans un délai plus court, une gamme plus étendue de renseignements.

a) Les statistiques globales consistent en un recueil exhaustif récapitulant les principales données comptables par nature d'activité, selon la nomenclature usuelle à 2, 3 et 4 chiffres, et selon le régime d'imposition retenu par les entreprises. Le régime du forfait s'applique généralement aux petites entreprises exploitées sous forme individuelle. En pratique dispensées, au regard de la législation fiscale, de la tenue d'une comptabilité complète, ces entreprises ne sont tenues de fournir à l'administration qu'un nombre limité de renseignements. Le régime du bénéfice réel s'applique de plein droit aux autres entreprises et notamment à toutes les sociétés, quel que soit leur chiffre d'affaires. Les éléments comptables à produire sont plus complets, avec en particulier copie du bilan. Deux séries statistiques différentes sont donc établies : les résultats globaux ne portent que sur les renseignements communs aux deux séries.

- Les renseignements annuellement fournis par les entreprises au forfait sur la déclaration spéciale souscrite pour l'établissement du forfait et le bénéfice forfaitaire finalement retenu par l'administration sont reproduits sur un volant détachable figurant dans le cadre même de l'imprimé de déclaration : le service de la statistique constitue ainsi un fichier complet des entreprises. Cette "normalisation" statistique est relativement récente. Jusqu'en 1959, en effet, les entreprises pouvaient

présenter à leur façon les renseignements comptables demandés : l'extrême variété de présentation de ces données compliquait singulièrement leur regroupement en ensembles homogènes. Chaque fiche définit la nature de l'activité (numéro à 4 chiffres de la nomenclature INSEE), son lieu d'exercice (commune, département) et fournit les données suivantes pour l'année civile écoulée :

- chiffre d'affaires (montant des recettes)
- montant des achats
- valeur globale du stock au 31 décembre
- nombre d'employés et d'apprentis
- montant des salaires payés en espèces
- valeur des avantages en nature alloués au personnel salarié
- montant des loyers des locaux professionnels.

- Pour les entreprises imposées au <u>bénéfice réel</u>, trois séries de données, issues de la déclaration des résultats du dernier exercice clos, sont retranscrites sur une fiche statistique pour chaque entreprise :

- Données afférentes à l'exploitation de l'exercice (comptes de gestion et résultats), à savoir :
  . chiffre d'affaires global
  . montant des achats
  . salaires versés
  . amortissement des immobilisations
  . provisions déductibles
  . total du compte d'exploitation
  . bénéfice(ou déficit) fiscal de l'exercice

- Données traduisant la situation de l'exercice (compte de bilan)
  . immobilisations (amortissements non déduits)
  . amortissements des immobilisations
  . stocks et travaux en cours au début et en fin d'exercice
  . somme des comptes "clients", "débiteurs", "titres de placement"
  . somme des comptes "caisse", "banque", et "chèques postaux"
  . somme des comptes "capital social" et "réserves"
  . dettes à plus d'un an
  . somme des comptes fournisseurs et autres créanciers

- Autres données
  . intérêts, dividendes, revenus et autres produits des actions et parts sociales distribuées aux actionnaires ou associés
  . effectif du personnel à la fin de l'exercice

La fiche codifie de plus la nature de l'activité (numéro à 4 chiffres), le lieu du siège fiscal de l'entreprise, sa forme juridique, la nature de l'impôt dont elle relève (sur le revenu des personnes physiques ou sur les sociétés), l'actualisation du bilan (réévalué ou non), la qualité de ressortissant (ou non) à une Chambre de Métiers.

b) Pour les statistiques sur échantillon, la Documentation fiscale a constitué un échantillon de 24 000 entreprises (1) dont la sélection a été effectuée de façon à garantir, pour les 350 activités les plus couramment exercées, une représentativité convenable eu égard à la taille des entreprises.

Les données de base sont évidemment plus nombreuses que celles qu'il est matériellement possible de réunir et de traiter pour l'ensemble des entreprises. Plus d'une quarantaine d'indications (contre moins d'une vingtaine dans les séries statistiques globales) sont reportées sur des fiches spéciales et sont mentionnées pour plusieurs années consécutives, ce qui permet de suivre l'évolution de l'entreprise.

2. L'exploitation statistique des données par l'Administration

Le système de la déclaration normalisée avec fiche détachable, mis en place après 1959, a simplifié et permis d'accélérer l'exploitation statistique des données. Une nouvelle étape dans la "normalisation" statistique fut franchie en 1964 : un décret (12 août 1964) rendit obligatoire le recours au plan comptable pour la rédaction des déclarations. Le bilan était déjà normalisé dans les faits, le compte d'exploitation le devenait à son tour de droit. Le modèle étant fourni par l'Administration, l'entreprise pouvait désormais reclasser toutes ses données selon un schéma unique. La retranscription de ces données sur fiche devenait donc inutile, de nombreuses sources d'erreur se trouvaient du même coup éliminées. L'inconvénient d'avoir à manipuler des dossiers (imprimés de déclaration) et non plus des fiches était largement compensé par la suppression du travail de retranscription, tandis que dans le même temps on passait, pour l'exploitation, du système des fiches perforées au système des bandes magnétiques suivant en cela l'évolution générale du traitement de l'information. Chaque année, la Documentation fiscale procède à un certain nombre d'exploitations des renseignements qu'elle a ainsi recueillis.

a) En ce qui concerne les statistiques globales, les tableaux sont produits séparément, selon le régime d'imposition des entreprises.

Le bénéfice imposable des entreprises au forfait étant fixé pour

---

(1) Soit approximativement 1/75 du total des entreprises, mais en réalité 1/16 compte tenu du fait que seules sont retenues les entreprises au bénéfice réel pour la constitution de l'échantillon.

une période de deux ans, les exploitations statistiques ne sont effectuées qu'au titre des années impaires, qui correspondent aux années de renouvellement de la majorité des forfaits. Trois séries de tableaux sont dressés par la Documentation fiscale :

- Récapitulation du nombre d'entreprises et des différentes données de base pour chacune des activités à 4, 3 et 2 chiffres de la nomenclature INSEE (France entière et départements).
- Répartition, toutes activités réunies, du nombre et du montant des bénéfices forfaitaires en 24 tranches (de moins de 100 F à plus de 50 000 F) (France entière).
- Récapitulation du nombre et des données de base concernant les seuls exploitants ayant la qualité d'artisan fiscal :
  . dans le cadre des activités à 4, 3 et 2 chiffres sur le plan national,
  . toutes professions réunies, sur le plan départemental.

Pour les entreprises au bénéfice réel, six séries de tableaux sont produites :

- Nombre d'entreprises et données de base pour toutes les activités à 4, 3 et 2 chiffres de la nomenclature (France entière et départements).
- Mêmes tableaux (France entière seulement) distinguant :
  . les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu des personnes physiques et celles passibles de l'impôt sur les sociétés, parmi lesquelles sont précisées sociétés anonymes, S.A.R.L., sociétés nationalisées et d'économie mixte,
  . entreprises bénéficiaires et entreprises déficitaires.
- Nombre d'entreprises et données de base, toutes activités réunies, sur le plan national, distinction faite de la forme d'exploitation et du caractère bénéficiaire ou déficitaire de l'entreprise ; seize formes d'exploitation sont précisées (1).
- Répartition des entreprises par tranches de chiffre d'affaires,
  . toutes professions réunies, distinction faite du mode d'imposition (personnes physiques, sociétés) : France entière et départements,
  . dans le cadre des activités à 4 chiffres de la nomenclature (France entière),
  . dans le cadre des activités à 2 chiffres de la nomenclature (France entière) ou distinguant, pour les entreprises passibles de l'impôt sur le revenu des personnes physiques, les entreprises individuelles et les sociétés de personnes ou assimilées et, pour les entreprises passibles de l'impôt sur les sociétés, en isolant les sociétés par actions SARL, les sociétés nationalisées ou d'économie mixte des autres sociétés.

---

(1) Exploitants individuels, sociétés à responsabilité limitée, sociétés anonymes, sociétés en nom collectif, sociétés en commandite simple, en commandite par actions, sociétés nationalisées ou d'économie mixte, administrations d'Etat, départements, établissements publics, concessionnaires d'un service public, sociétés coopératives de production, de consommation, sociétés de fait, associations en participation, sociétés civiles, régies d'Etat, départementales ou communales, associations syndicales loi 1884, associations loi 1901.

Plusieurs tranches de chiffres d'affaires sont distinguées selon que deux groupes d'activités (vente de marchandises à emporter ou à consommer sur place, et logement, autres entreprises et prestataires de services).

- Récapitulation, dans le cadre des activités à 4, 3 et 2 chiffres de la nomenclature du nombre d'entreprises dont le chiffre d'affaires est égal ou supérieur à 10 millions de francs et des données de base correspondantes (France entière).
- Récapitulation des différentes données de base des dix entreprises les plus importantes dans le cadre de chaque activité à 2 chiffres de la nomenclature (France entière).

b) Les données recueillies pour l'ensemble des entreprises de l'échantillon font l'objet chaque année d'une exploitation donnant trois séries de tableaux (France entière) :

- Données de base, par activités à 4, 3 et 2 chiffres de la nomenclature avec distinction entreprises bénéficiaires et déficitaires.
- Données de base, par activités à 3 et 2 chiffres de la nomenclature, selon la forme d'exploitation des entreprises (mode d'imposition, différents types de sociétés).
- Données de base par tranches de chiffres d'affaires pour les activités à 3 et 2 chiffres de la nomenclature et pour chacune des rubriques à 4 chiffres correspondant aux 350 activités les plus courantes (10 tranches de chiffres d'affaires).

Ces exploitations permettent une analyse financière assez fine des activités industrielles et commerciales en produisant les éléments nécessaires au calcul de nombreux ratios professionnels grâce auxquels sont facilitées les comparaisons inter-entreprises.

Au total, et avant même d'aborder le problème de l'accessibilité à ces documents, il apparaît que, par leur nature même (essentiellement sectorielle, juridique et financière), les renseignements recueillis et produits par la Documentation fiscale intéressent au premier chef les économistes, qu'ils appartiennent à l'Administration ou au secteur privé. La plupart des tableaux sont donnés au plan national ; l'échelon géographique le plus fin est le département, pour un certain nombre d'indications, non négligeables au reste, comme nous aurons l'occasion de le montrer.

3. Accessibilité aux sources et délivrance de l'information : les problèmes posés à la recherche pour l'utilisation des statistiques fiscales

On a souvent argué de la règle du secret statistique pour déplorer la faible accessibilité des renseignements d'ordre fiscal. Le vrai problème n'est pas là, du moins en ce qui concerne la recherche fondamentale qui peut être conduite par des géographes ou, plus généralement par des spécialistes

de sciences humaines et économiques. Certes, et pour des raisons évidentes, du moins en France, l'accès aux déclarations fiscales recueillies par les Inspections des contributions directes ou aux fiches qui en sont extraites par le Service statistique de la Documentation fiscale, demeure impossible, même avec l'engagement de regrouper et de rendre anonymes les renseignements recueillis. Le refus des administrations concernées demeure poli mais ferme, à l'abri de textes légaux et règlementaires explicites (1). La règle n'est transgressée que fort exceptionnellement, dans des cas tout à fait spécifiques. Au reste, le dépouillement manuel des sources mêmes représente un travail énorme, qui n'est concevable que dans le cadre d'une monographie très localisée, l'intérêt du recours aux sources étant précisément de pouvoir localiser très exactement les entreprises étudiées dans l'espace (rue, quartier, commune). Reconnaissons qu'il serait fort utile de multiplier et de comparer de telles études monographiques, qui donneraient aux recherches sur les équipements commerciaux leur poids spécifique, même en tenant compte du caractère fiscal des renseignements recueillis.

a) En tout état de cause, deux types d'information statistique peuvent être demandés à la direction de la Documentation fiscale.

- D'une part, les tableaux résultant des exploitations auxquelles elle procède régulièrement (énumérés ci-dessus). Ils se présentent sous la forme d'épais recueils mécanographiques dactylographiés et sont consultables sur place, sur demande écrite, et parfois, sur autorisation spéciale, auprès d'administrations les utilisant. Il est possible, sur demande, et moyennant une redevance proportionnelle au nombre de renseignements fournis, d'obtenir copie de tout ou partie des recueils de tableaux. La Documentation fiscale met en général 18 mois à deux ans pour produire les tableaux correspondant à un exercice écoulé. Par ailleurs, un certain nombre de tableaux sont publiés dans la revue "statistiques et études financières" qui leur consacre annuellement un numéro spécial (activités détaillées, sur le plan national ; toutes activités groupées, sur la plan départemental).

- D'autre part, indépendamment de ces renseignements résultant des exploitations régulières, des dépouillements particuliers peuvent être opérés dans la mesure où les éléments nécessaires figurent sur les documents de base et sous réserve des possibilités matérielles des services de mécanographie. De même que l'INSEE, la Documentation fiscale produit donc des

---

(1) Article 2006 du Code général des impôts.

exploitations spécifiques des renseignements qu'elle détient, à la demande d'autres administrations ou d'organismes privés. A la différence de l'INSEE toutefois, et ceci est très important, elle conserve en archive une copie de ces exploitations à la demande, qu'elle peut réutiliser, en tout ou partie, à l'occasion d'autres demandes dont le prix se trouve abaissé d'autant.

En effet, ce type d'exploitation est bien entendu effectué à titre onéreux. Bien que facturées au prix de revient, sans bénéfice de la part de l'administration (coût horaire de location des trieuses et ordinateurs, du personnel affecté à ce travail et pourcentage de frais divers) (1), ces exploitations reviennent plus ou moins cher, à nombre égal de renseignements demandés, selon le délai souhaité par le demandeur et la finesse de l'échelon géographique. Chaque demande est en fait un cas particulier, dont le coût est largement fonction du planning d'exploitations en cours, ce qui détermine pratiquement des tarifs différentiels. A titre d'exemple, en 1966, un recueil de tableaux donnant pour les petites entreprises commerciales (activités à 4 chiffres regroupées en 20 postes), les renseignements suivants : nombre d'entreprises (forfait, bénéfice réel) et tranches de chiffres d'affaires, tableaux France entière, régions, départements et 3 catégories d'agglomérations, revenait à un million d'anciens francs (10 000 F). La même année, une exploitation donnant, par communes (pour un ensemble de régions comprenant 15 000 communes) le nombre et le chiffre d'affaires des entreprises, toutes activités regroupées, était estimée à 500 000 anciens francs (5 000 F).

b) Dans ces conditions, <u>l'accessibilité à l'information paraît assez formelle</u> sous l'angle de la recherche universitaire et plus précisément géographique. Il apparaît en effet que l'énorme masse de renseignements statistiques collectés et élaborés par la Documentation fiscale se présente de façon très inégale selon les catégories d'utilisation.

Les tableaux consultables avec une relative facilité, même au prix de longues heures de dépouillement, n'offrent comme échelon géographique le plus fin, que le département. Le coût de tableaux régionaux détaillés, distinguant des catégories dimensionnelles de communes, ou à l'intérieur des grandes agglomérations des quartiers, correspondant aux différents secteurs du découpage de l'administration des contributions directes apparaît d'emblée prohibitif pour un Laboratoire de Recherche, a fortiori pour un chercheur isolé. Et ceci d'autant plus que l'un des intérêts de cette documentation, et

---

(1) Avec un taux inférieur de 20 à 25 % si le demandeur est une administration publique.

non des moindres, est de permettre des études d'évolution, mobilisant les tableaux de plusieurs années, consécutives ou non.

On conçoit aisément, pour reprendre une remarque formulée au début de ce développement, que la question du secret statistique apparaîsse secondaire par rapport à celle, primordiale, du cadre géographique dans lequel sont produites les données régulièrement exploitées par la Documentation fiscale, ou de leur coût, lorsqu'il faut en faire la demande. Face à cette contrainte, qui gêne beaucoup moins l'économiste, versé aux études sectorielles à l'échelle nationale, le fait que, pour sauvegarder le secret professionnel, l'administration soit amenée à ne pas délivrer de renseignements isolés concernant moins de trois entreprises appartenant à une même activité, mais à les regrouper soit géographiquement, soit sectoriellement se révèle bien minime.

c) Dès lors, une double démarche reste ouverte au chercheur s'il a pris soin de recenser les possibilités offertes par l'exploitation des séries "normales" de tableaux et d'en cerner les limites (1).

- Il est concevable puisque chaque année des administrations, des bureaux d'étude , des organismes privés, demandent au Service statistique de la Documentation fiscale des exploitations particulières de renseignements qu'elle détient, de rechercher la trace de ces documents. Souvent établis dans un but opérationnel (études de marché, aménagement urbain, programmation économique), ils se périment assez vite aux yeux du demandeur quand il en a tiré les conclusions qui l'intéressaient. Dans de nombreux cas, ils n'en conservent pas moins, pour le chercheur, un intérêt certain (couverture "fine" d'une région, d'une agglomération). La solution la plus simple consisterait à se retourner vers la Direction de la Documentation fiscale, qui conserve copie de tous ces tableaux ; mais cette administration se sent liée, en bonne règle, par le contrat qu'elle a passé avec ses "clients" en leur vendant des statistiques. Tout au plus peut-on espérer "racheter", à moindre prix, les renseignements, à supposer qu'on ait pris connaissance de la liste des exploitations spécifiques ce qui de toute façon renvoie au problème précédemment évoqué du coût.

---

(1) Ce qui suppose déjà un important travail : il n'a été entrepris ici qu'à titre méthodologique.

Dans le meilleur des cas, qui n'est pas évident, a priori, ces documents seront versés aux Archives et les historiens du XXIè siècle pourront s'y référer ; ils seront plus vraisemblablement mis au pilon, au bout d'une dizaine d'années, comme il est usuel, pour un grand nombre de dossiers et de papiers de la plupart des administrations publiques. Cette destruction est souvent plus rapide dans le secteur privé, d'autant qu'il s'agit de renseignements préliminaires à une prise de décision, ou à la remise d'une étude. Ce problème est d'ailleurs général et déborde largement le seul aspect de la documentation fiscale.

A supposer toutefois que cette masse de tableaux mécanographiques soit consultable, resterait à opérer dans ce puzzle statistique un tri permettant de reconstituer des séries cohérentes dans le temps et dans l'espace ce qui, avec la diversité des demandes de renseignements, exigerait un vrai travail d'équipe pendant plusieurs mois. Une solution plus aléatoire, très partielle, consiste à retrouver un certain nombre d'organismes ayant eu recours aux services de la Documentation fiscale et d'obtenir qu'ils veuillent bien laisser consulter les exploitations statistiques qu'ils avaient commandées pour leur propre compte : nous avons pu, dans quelques cas, recueillir ainsi d'utiles indications pour l'étude des équipements commerciaux de plusieurs agglomérations urbaines.

- Une autre démarche, la plus simple en théorie, la plus difficile en pratique, consiste à obtenir de la Documentation fiscale qu'elle intègre dans ses exploitations normales et régulières des tableaux à des échelons géographiques plus fins, quitte à ce que les renseignements mentionnés soient plus grossiers ou simplement sélectionnés, ne serait-ce qu'au niveau des catégories dimensionnelles de communes, à l'intérieur de chaque département, ou encore qu'elle retienne, à l'instar de l'échantillon de 24 000 entreprises, un échantillon représentatif de localités, pour lesquelles les renseignements comptables des entreprises seraient réduits au minimum exigé pour le calcul de quelques ratios significatifs.

Une telle démarche ne peut pas être directe de la part d'un chercheur, se crût-il porte parole de la recherche scientifique : il est déjà remarquable que la Documentation fiscale, conçue à l'origine pour les seuls besoins de la Direction générale des impôts et des différents services administratifs, mette à la disposition du public, dans les conditions précisées plus haut, un certain nombre de renseignements tirés des documents qu'elle détient. Il faut donc persuader tel ou tel service public, utilisateur des exploitations statistiques fiscales, qu'il aurait intérêt à recourir, de

façon régulière, à de nouvelles séries de tableaux à intégrer dans le plan de charge du service statistique concerné.

Nous avons personnellement tenté, et partiellement réussi, une démarche de cette nature en 1966, par l'intermédiaire du Service du Commerce (1). Deux facteurs favorables ont joué en l'occurence : la constitution de groupes de travail interministériels (Finances, Equipement, Commissariat général au Plan) ayant à examiner dans le cadre des travaux sur l'armature urbaine, le problème des équipements commerciaux, groupes auxquels il nous a été donné de participer régulièrement ; d'autre part, la personnalité du chef du service du commerce et le dynamisme de son équipe du quai Branly se sont révélés particulièrement efficaces par les directives concernant les enquêtes et la recherche commerciales (2).

---

(1) Direction générale du commerce intérieur et des prix, Ministère de l'économie et des finances.

(2) On trouvera ci-après certains éléments du dossier ayant conduit la Direction du commerce intérieur à demander à la Direction générale des Impôts d'inclure dans ses exploitations statistiques un échantillon représentatif d'unités urbaines. Compte tenu de délais administratifs et technique de nature diverse, les premières exploitations de ce type devaient être effectuées en 1969. Il a donc fallu près de quatre ans, phase de "maturation" comprise, pour aboutir à un résultat, ce qui, dans la machine administrative française, ne doit pas être considéré comme un délai exhorbitant, mais pose au chercheur, qui doit souvent procéder de la même façon dans d'autres domaines statistiques, de sérieux problèmes ... C'est une "lutte" identique qu'il fallut mener lors de la préparation du premier recensement de la distribution et des services, décidé en 1965, effectué en 1967 et dont les premiers résultats ne furent connus qu'à partir de 1970.

ECHANGE DE CORRESPONDANCE SUR LA CONSTITUTION D'UN ECHANTILLON DE VILLES A SUIVRE PAR LA DOCUMENTATION FISCALE

1966

[illegible]

[illegible]

[illegible] du Commerce

[illegible] de l'Equipement

[illegible]

[illegible]

N O T E

pour

Monsieur le Directeur Général de la
Direction Générale des Impôts

OBJET : Enquête sur le commerce régional -
[illegible] statistiques fiscales -

REFER : [illegible] n° 5539 du 14 février 1965 du directeur des affaires commerciales -

P. J. :

Je viens d'apprendre que la direction des services de la documentation fiscale tenait à sa disposition les documents mécanographiques relatifs à l'année 1965 et contenant les renseignements statistiques qui m'ont déjà été donnés au titre de 1964 pour les chiffres d'affaires des entreprises commerciales dans les départements et les circonscriptions d'action régionale.

Les éléments ainsi fournis par ces deux exercices vont me permettre d'établir des comparaisons très utiles quant à l'évolution de l'appareil commercial et de l'activité des entreprises. Il reste entendu que les mêmes renseignements pourront m'être communiqués pour l'exercice 1965.

Toutefois, compte tenu des travaux effectués par la commission des comptes commerciaux de la nation et du développement des études relatives à l'armature urbaine, notamment dans le cadre de la commission nationale d'aménagement du territoire)(CNAT), je pense qu'il conviendrait, étant donné le délai disponible, de compléter les éléments statistiques habituels par différentes prévisions nouvelles.

./.

La commission des comptes commerciaux de la nation a en effet procédé à une définition du champ de l'activité commerciale qui déborde celui qui avait été retenu en 1962 pour l'enquête régionale sur le commerce. Je vous prie de trouver en annexe un tableau comparatif des rubriques de la nomenclature des activités faisant apparaître les deux définitions. Il serait souhaitable qu'à l'occasion de la prochaine exploitation mécanographique, soit fournie la totalité des renseignements. Je précise à cet égard que la liste des éléments relatifs à l'enquête régionale pourrait être complétée par l'indication des effectifs et du capital social des entreprises.

En outre, il serait particulièrement opportun de pouvoir analyser à partir des renseignements dont vous disposez, la structure commerciale urbaine d'un certain nombre d'agglomérations significatives. Vous trouverez ci-annexé, la liste des agglomérations qui sont été retenues comme suffisamment représentatives. En ce qui concerne Paris et Lyon, il semble qu'un traitement particulier puisse être effectué au niveau de l'arrondissement.

Par ailleurs, étant donné l'intérêt que suscite la connaissance des revenus, il serait souhaitable que dans l'avenir, la direction générale des impôts puisse, en plus des renseignements qui seraient fournis dans le cadre des développements qui précèdent, envisager, par catégorie socio professionnelle, une exploitation des revenus des ménages, en particulier à partir des renseignements à l'impôt sur le revenu des personnes physiques. Il serait ainsi possible de raccorder le revenu des entreprises commerciales au revenu des ménages de commerçants. Les éléments pourraient m'être fournis sur le plan régional et sur le plan urbain, conformément au schéma décrit plus haut. L'exploitation mécanographique d'ensemble pourrait se faire ainsi systématiquement tous les deux ans (années impaires).

Je reste bien entendu à votre disposition pour vous fournir tous les éclaircissements de détail qui vous paraîtraient nécessaires et pour étudier avec vos services les modalités d'exécution de ces suggestions pour le cas où elles recevraient votre adhésion.

LISTE des villes et agglomérations pour lesquelles étaient demandés des "listings" d'origine fiscale

A - Villes et agglomérations de plus de 100 000 habitants

1. Agglomérations pour lesquelles il est souhaitable d'obtenir les renseignements au niveau des circonscriptions d'inspection (unités urbaines "millionnaires") : PARIS, LYON, MARSEILLE, LILLE-ROUBAIX-TOURCOING.

2. Autres métropoles régionales : BORDEAUX, TOULOUSE, NANTES, STRASBOURG, NANCY.

3. Autres agglomérations proches de la fonction de métropole régionale : ROUEN, NICE, CLERMONT-FERRAND, RENNES.

Soit liste minimum : 13 villes.

Liste complémentaire vivement souhaitée :
GRENOBLE, DIJON, MONTPELLIER, SAINT-ETIENNE, CAEN, LIMOGES.

4. Villes ou agglomérations de plus de 100 000 h. à fonctions régionales incomplètes : METZ, TOURS, AMIENS, LE MANS, ORLEANS, ANGERS, REIMS, BESANCON, NIMES.

5. Autres villes intéressantes : LE HAVRE, MULHOUSE, TOULON, BREST, VALENCIENNES, LENS.

Soit liste complémentaire : 21 villes.

Au total : 33 villes et agglomérations.

B - Echantillon représentatif de petites et moyennes villes

1. Villes en extension démographique à fonction industrielle décisive : ANNECY, BAGNOLS-SUR-CEZE, ALENCON, DREUX, FALAISE, VALENCE (ou CREIL, MONTBELIARD).

2. Villes en extension, fonction de service décisive (chefs-lieux de départements de moins de 50 000 habitants) : AUCH, BRIVE, CHALON-SUR-MARNE, LAVAL, VANNES, DRAGUIGNAN (ou AUXERRE, AURILLAC, LAON, SAINT-LO, MONT-DE-MARSAN).

3. Villes en crise : textiles, habillement (CHOLET, CASTRES, FOUGERES, SAINT-DIE, ou FOURMIES). Industrie métallurgique ou mécanique : THIERS, VIERZON, SAINTES (ou SAINT-NAZAIRE, LE CREUSOT).

4. Villes minières : ALES, FORBACH, CARVIN.

5. Villes touristiques ou portuaires : DAX, DIEPPE, DOUARNENEZ, CHERBOURG, GRASSE, FREJUS-SAINT-RAPHAEL, TROUVILLE-DEAUVILLE, VICHY.

Soit un échantillon de 31 villes.

(6. Marchés agricoles et locaux : SOISSONS, MARMANDE, LISIEUX, CARPENTRAS, BEAUNE ...)

171066

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
ET DES FINANCES

DIRECTION GÉNÉRALE
DU COMMERCE INTÉRIEUR ET DES PRIX

Service du Commerce

Sous-Direction de l'Equipement
Commercial

bureau D.4

AB/nd n° 1.27 T

Paris, le 21 OCT 1966

41, quai Branly (VIIe). 468-96-00 et 98-10

Monsieur le Professeur,

Vous avez bien voulu, pour les besoins de l'enquête sur le commerce régional, préparer à ma demande, pour la direction de la documentation fiscale, une liste des villes et agglomérations françaises de plus de 100 000 habitants et un échantillon représentatif des petites et moyennes villes françaises (51 villes).

Au cours d'une réunion qui s'est tenue le 14 octobre 1966, il a été entendu avec la Direction générale des impôts, compte tenu des servitudes techniques du service mécanographique, de limiter la demande du Service du commerce aux huits métropoles régionales et à une vingtaine de villes.

Je vous serais très obligé de bien vouloir revoir vos premières propositions dans ce sens.

Puis-je également vous demander de m'indiquer l'état d'avancement des travaux cartographiques que vous avez entrepris à partir des statistiques fiscales, départementales et régionales.

Je me permets de vous rappeler que la Direction générale des impôts interdit toute publication des renseignements communiqués par ses soins.

Avec mes remerciements, je vous prie d'agréer, Monsieur le Professeur, l'assurance de ma considération distinguée.

Monsieur M. COQUERY
Agrégé de Géographie
Maître assistant en Sorbonne
20, rue du Commandant Mouchotte
PARIS 14°.-

Wourcode

COMPARAISON ET MODALITÉS D'UTILISATION DE DEUX FAMILLES DE SOURCES POUR L'APPROCHE GÉOGRAPHIQUE DU COMMERCE DE DÉTAIL

(Documentation fiscale et fichier INSEE : l'exemple de la quincaillerie au début des années 60)

Il a paru intéressant de comparer deux sources statistiques établies aux mêmes dates et permettant une étude assez fine de la répartition et de la structure des établissements et des entreprises. Ces sources ont en commun une partie de leur origine : les déclarations que les entreprises doivent souscrire annuellement auprès de la Direction Générale des Impôts (Ministère de l'Economie et des Finances). Au sein de cette administration, le Service de la Documentation fiscale exploite directement pour sa part cette masse de données, qui ne donnent pas lieu à publication, sauf au niveau national. Les registres mécanographiés éventuellement consultables respectent de toute façon l'anonymat des entreprises et regroupent les échelons géographiques pour qu'une branche détaillée d'activité soit représentée par au moins trois entreprises. Cela dit, l'échelon géographique le plus fin consultable dans ces conditions reste le département, et dans certains cas, les communes ou catégories de communes. Jusqu'au Recensement de la Distribution de 1967, aucune statistique générale concernant les chiffres d'affaires du commerce de détail, aux différents échelons géographiques, n'était publiée.

L'INSEE, pour sa part, recevait de l'administration fiscale (de même que du Ministère des Affaires sociales) une partie des renseignements collectés et les consignait dans son Fichier des Entreprises et des Etablissements. Jusqu'en 1966, l'INSEE tirait de ce fichier des listes (listings), consultables dans les Directions Régionales ; les exploitations systématiques du fichier de l'INSEE ont donné lieu à publication de recueils sur la situation en 1954, 1958 et 1962 pour les seuls établissements. L'exploitation faite pour l'année 1966 est la première à concerner établissements et entreprises, de même que celle effectuée pour l'année 1971 (1).

---

(1) Sur la comparabilité de ces exploitations, voir plus loin tableaux p. 123 du présent volume d'Annexes.

L'examen des établissements peut donc se faire aisément à l'aide de cette exploitation par l'INSEE de son fichier ; celui des entreprises, à l'aide des recueils de la Documentation fiscale, compte tenu des réserves qui ont pu être faites sur la valeur de l'une et de l'autre source. L'exploitation du fichier, faite en 1963, porte sur la situation 1962 ; celle de la Documentation fiscale sur l'année 1961. Compte tenu du décalage de transmission des renseignements et des délais de mise à jour du fichier INSEE, on peut estimer qu'il est possible de rapporter à 1961 les données sur les établissements et donc les comparer valablement à celles sur les entreprises établies en 1962 pour l'année 1961.

Avec 13 082 entreprises et 13 740 établissements, le commerce de détail de la quincaillerie offre un exemple typique de la petite entreprise indépendante (4,7 % seulement des établissements dépendent d'entreprises à établissements multiples, contre 22,4 % à l'ensemble du commerce de détail). Il y a donc, dans l'ensemble, coïncidence géographique entre établissements et entreprises, ce qui n'est pas le cas dans toutes les branches, notamment dans le secteur alimentaire. A bien des égards, les cartes produites ci-après, qui caractérisent les entreprises d'une part et les établissements d'autre part, peuvent être directement confrontées.

o

Le tableau ci-dessous complète, pour l'année 1966, la démarche comparative des sources.

Commerce de détail de la quincaillerie (situation 1966 France entière) : Différences observées entre les données tirées du fichier des établissements et des entreprises et celles issues du Recensement de la Distribution).

	Exploitation 1966 du Fichier de l'INSEE	Recensement de la Distribution de 1967(situation 1966)	Différence	Différence en % (1)
Nombre d'établissements	13 210	12 041	- 1 169	- 8,9 %
Nombre d'entreprises	12 792	11 665	- 1 127	- 8,9 %
Nombre d'entreprises à établissement unique	12 465	11 378	- 1 087	- 8,8 %
Nombre d'entreprises à établissements multiples	327	287	- 40	- 12,3 %
Nombre de salariés	24 332	22 892	- 1 440	- 6 %

(1) Recensement, par rapport au Fichier. Selon toute vraisemblance, il y a, à la fois, surestimation du fichier INSEE et sous-estimation du Recensement de la Distribution.

LISTE DES TABLEAUX D'INDICATEURS DEPARTEMENTAUX CALCULES POUR L'ELABORATION DES CARTES CONSACREES AU COMMERCE DE DETAIL DE LA QUINCAILLERIE (1)

A - STATISTIQUES FISCALES (D.G.I. 1961)

1. Rapport nombre d'entreprises au forfait/nombre d'entreprises au bénéfice réel.
2. Rapport chiffre d'affaires total des entreprises au bénéfice réel/ chiffre d'affaires total entreprises au forfait.
3. Chiffre d'affaires moyen/entreprise au forfait. (F)
4. Chiffre d'affaires moyen/entreprise au bénéfice réel. (B.R.)
5. Bénéfice net moyen par entreprise au forfait.
6. Bénéfice net moyen par entreprise au bénéfice réel.
7. Bénéfice en % du chiffre d'affaires (entreprises au forfait).
8. Bénéfice en % du chiffre d'affaires (entreprises au bénéfice réel).
9. Rapport $\frac{\text{Chiffre d'affaires moyen/entreprise au B.R.}}{\text{Chiffre d'affaires moyen/entreprise au F.}} \times 100$
10. Rapport $\frac{\text{Bénéfice moyen/entreprise au bénéfice réel}}{\text{Bénéfice moyen/entreprise au forfait}} \times 100$
11. Salaires versés en % du chiffre d'affaires (entreprise au forfait).
12. Salaires versés en % du chiffre d'affaires (entreprise au bénéfice réel).

B - FICHIER INSEE (exploitation 1962)

1. Nombre total d'établissements.
2. Quincailleries en % du total des commerces de détail.
3. Etablissements sans salariés en % du total
4. Etablissements de 1 à 5 salariés en % du total
5. Etablissements de plus de 5 salariés en % du total

(Mêmes tableaux possibles pour 1966, et évolutions 1962-1966).

Mêmes tableaux possibles pour les agglomérations urbaines de plus de 50 000 habitants. Nous avons effectué ces dépouillements et la plupart des calculs afférents, pour toutes les branches du commerce de détail. La production des cartes correspondantes n'a pas été envisagée dans cette thèse ; bien qu'elles soient toutes dessinées.

---

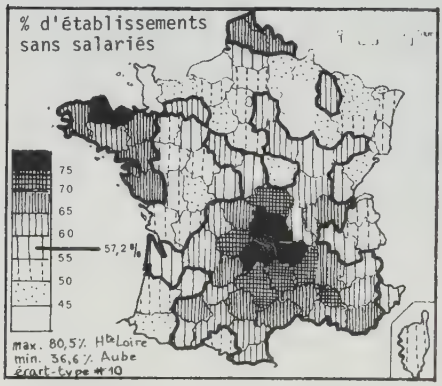
(1) Calculables pour toutes les branches de la nomenclature à trois chiffres.

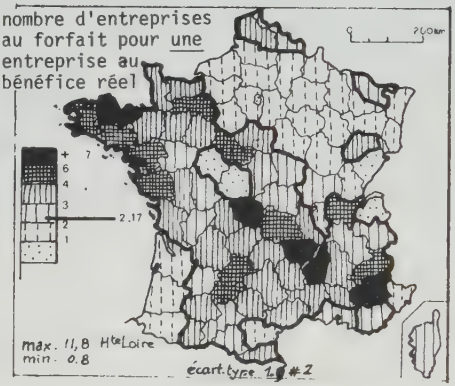
UTILISATION DE DEUX SOURCES STATISTIQUES POUR L'ETUDE GEOGRAPHIQUE DU COMMERCE DE DETAIL

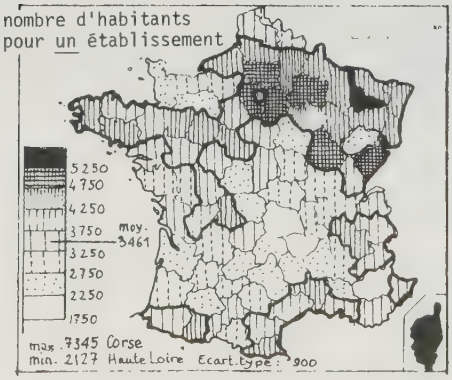
(N.A.E. à 3 chiffres: l'exemple de la quincaillerie)

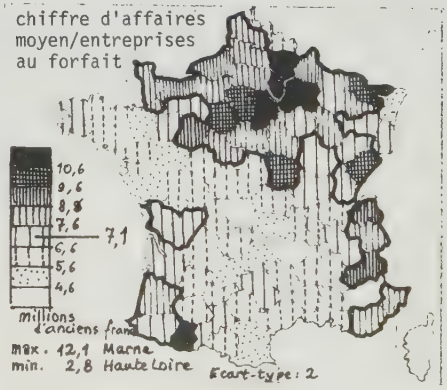
ETABLISSEMENTS: fichier INSEE 1962

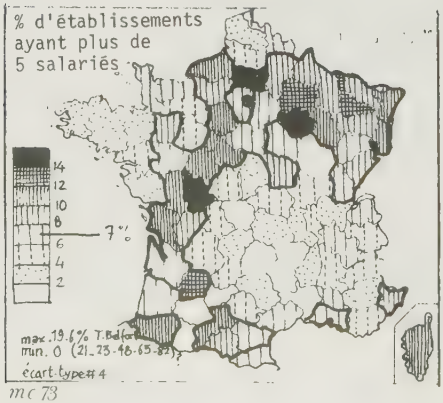
ENTREPRISES: documentation fiscale 1961

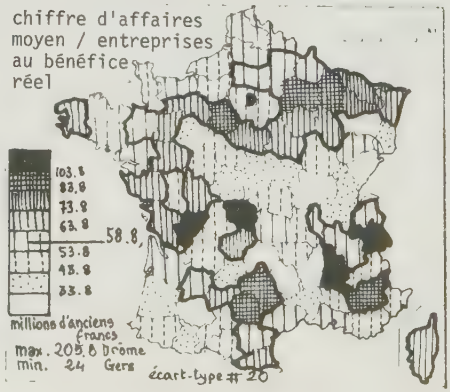








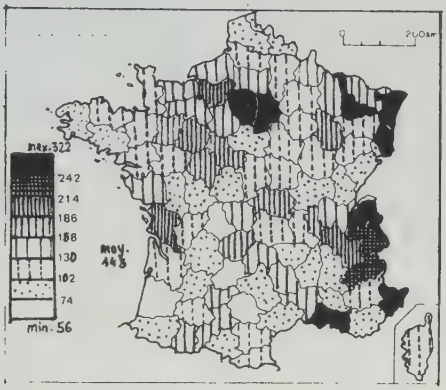




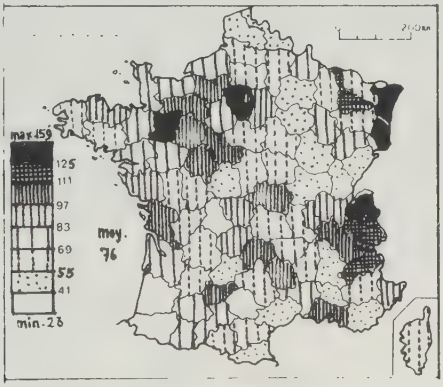
mc 73

LES LIMITES DU RECOURS AUX ANNUAIRES PROFESSIONNELS
DU COMMERCE:"REPRESENTATIVITE" ALEATOIRE OU SELECTIVE

(l'exemple de l'annuaire TEQUI, Quincaillerie, appareils domestiques 1961)



1. Indice exprimant le nombre d'établissements relevés dans l'annuaire TEQUI pour 100 établissements du listing INSEE 1962 (commerce de détail de la quincaillerie NAE 741)

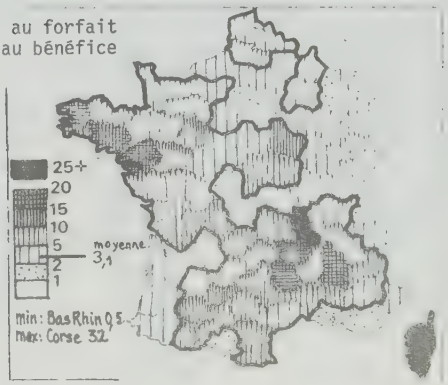


2. Indice exprimant le nombre d'établissements relevés dans l'annuaire TEQUI pour 100 établissements du listing INSEE 1962 (commerce de détail de la quincaillerie-741- plus commerce de détail de l'électroménager-742-)

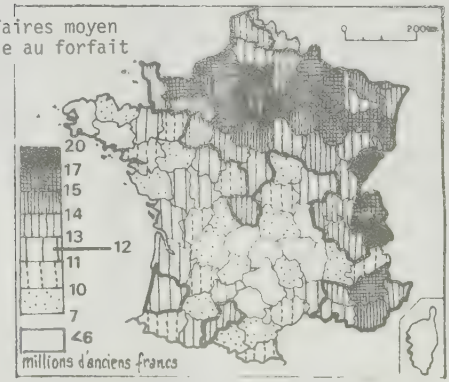
COMMERCE DE DETAIL DES VIANDES (N.A.E. 694):

QUELQUES DISPARITES REGIONALES SIGNIFICATIVES REVELEES PAR LES STATISTIQUES FISCALES DE 1961

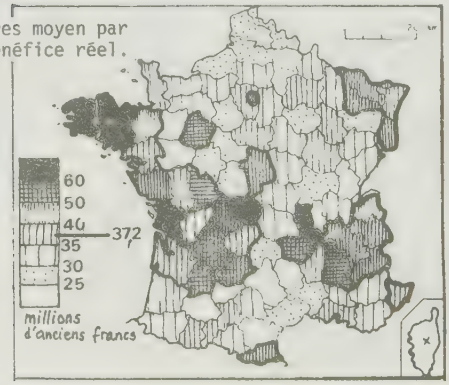
Nombre d'entreprises au forfait pour une entreprise au bénéfice réel



Chiffre d'affaires moyen par entreprise au forfait



Chiffre d'affaires moyen par entreprise au bénéfice réel.



mc

TABLEAU 39 A

CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN PAR ÉTABLISSEMENT SELON LA BRANCHE, PART DE CHAQUE BRANCHE DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL ET DANS LE TOTAL DES ÉTABLISSEMENTS (FRANCE ENTIÈRE 1966)

A) COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE

Nomenclature	Branche d'activité	Chiffre d'affaires par établissement (x 100 F)	Part de chaque branche dans le ch. d'af. total		Part de chaque branche dans le total des établ.	
			du groupe	du secteur	du groupe	du secteur
21	Commerce d'alimentation générale traditionnel, dont :	1 642	100 %	30.2 %	100 %	39.3 %
668	Indépendants traditionnels	1 556	75.7		79.2	
688	Coopératives traditionnelles (1)	4 348	1.2		0.4	
693	B.O.F.	2 453	6.9		4.6	
695	Poissonneries	1 583	4.6		4.7	
696	Fruits et légumes	1 289	2.6		3.3	
697	Boissons (1)	1 738	4.2		3.9	
698	Confiseries	956	1.3		2.2	
700	Coop. d'entreprises et d'administ.	7 563	3.4		0.7	
22	Commerces des viandes, dont :	2 618	100 %	26.0 %	100 %	21.2 %
694.1	Boucheries	2 388	8.1		8.9	
694.2	Boucheries-Charcuteries	2 913	68.6		61.7	
694.3	B. hippophagiques	2 184	4.8		5.7	
694.4	Triperies	1 755	1.1		1.6	
694.5	Charcuteries	2 061	17.3		21.9	
23	Boulangeries-Pâtisseries, dont :	1 269	100 %	10.9 %	100 %	18.3 %
411	Boulangeries	862	10.7		15.8	
412	Boulangeries-Pâtisseries	1 424	65.7		58.6	
413	Pâtisseries	862	11.3		16.6	
416	Boulangeries associées à autre activité	1 675	11.7		8.8	
24	Supérettes et supermarchés, dont :	26 567	100 %	8.5 %	100 %	0.6 %
664	Supermarchés (1)	63 897	23.9		9.9	
665	" succursalistes (2)	70 573	24.1		9.1	
666	Supérettes (1)	15 373	24.7		42.7	
667	" succursalistes (2)	19 072	17.8		24.8	
684	Coopératives supermarchés (1)	36 105	0.3		0.2	
685	" " (2)	34 823	1.4		1.0	
686	Coopératives supérettes (1)	16 441	1.2		2.0	
687	" " (2)	16 850	6.3		9.9	
25	Succursalistes et coopératives, dont :	3 730	100 %	19.1 %	100 %	10.9 %
669	Succursalistes	3 463	64.4		69.3	
689	Coopératives	4 269	32.0		27.9	
697.4	Boissons succursalistes	5 021	3.5		2.6	
26	C. alimentaire non sédentaire, dont :	1 170	100 %	5.1 %	100 %	9.4 %
722.11	Viandes, volailles	2 194	24.0		12.8	
722.12	Poisson	731	9.9		15.9	
722.21	B.O.F.	2 339	32.4		16.2	
722.22	Epicerie-Confiserie	725	8.7		14.1	
722.30	Fruits et légumes	793	23.3		34.4	
2	Ensemble commerce alimentaire	2 137	-	100 %	-	100 %

(1) moins de 10 établissements dans l'entreprise
(2) plus de 10 établissements dans l'entreprise

Sources : Recensement de la Distribution, INSEE

TABLEAU 39 B

B) COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE

Nomenclature	Branche d'activité	Chiffre d'affaires par établissement (x 100 F)	Part de chaque branche dans le ch. d'aff.total		Part de chaque branche dans le nbre total d'ét.	
			du groupe	du secteur	du groupe	du secteur
31	Pharmacies	4 729	100 %	10.0 %		5.8 %
32	Parfumeries et c. de la santé, dont :	1 656	100 %	1.6 %	100 %	2.6 %
917	Produits vétérinaires	1 618	1.1		1.1	
767.20	Parfumeries - produits de beauté	1 734	47.1		45.0	
918.00	Pharmacies - c. de santé	1 939	1.5		1.3	
918.20	Herboristerie, articles hygiène	913	4.2		7.6	
918.30	Optique médicale avec art. photo	1 923	14.8		12.8	
918.40	Optique " sans " "	1 505	25.8		28.4	
918.50	Orthopédie	2 373	5.3		3.7	
33	Habillement, textiles, cuirs, dont :	2 074	100 %	21.7 %	100 %	28.6 %
754.00	Habillement - tissus, mercerie	1 325	1.0		1.6	
754.10	Habillement	2 630	13.7		10.8	
754.21	Confection	3 680	10.8		6.0	
754.22	Vêtements hommes	3 509	5.7		3.3	
754.23	" dames	2 524	7.7		6.4	
754.30	Lingerie, chemiserie	1 488	18.3		25.6	
754.41	Tissus pour vêtements	3 816	8.2		4.5	
754.42	Laine à tricoter	1 103	1.4		2.7	
754.50	Mercerie, bonneterie	832	6.5		16.1	
754.60	Textiles, ameublement	3 495	5.0		2.9	
(754	ensemble habillement textiles)	(2 031)	(78.6)		(80.3)	
756.1	Chaussures succursaliste	7 138	5.0		1.4	
756.2	Chaussures	1 865	13.5		15.1	
759	Pelleterie, fourrures	2 067	0.4		0.4	
767.4	Maroquinerie	1 774	2.3		2.7	
34	Equipement et entretien du foyer, dont	2 805	100 %	21.6 %	100 %	21.0 %
741	Quincaillerie, coutellerie, app.sanit.	2 618	20.2		21.7	
742	Radio, TV, app. électrique	3 882	34.6		25.0	
746	Machines diverses	7 122	3.0		1.2	
749	Bois, vannerie	2 102	0.7		0.9	
760	Objets d'art, meubles d'occasion	814	3.5		12.3	
761	Céramique, verrerie	1 874	2.8		4.2	
762	Drogueries	1 462	11.1		21.3	
763	Meubles	5 071	22.5		12.4	
767.51	Instruments musique - musique	4 244	2.3		1.5	

... suite/...

TABLEAU 39 B (fin)

35	Autres c. non alimentaires, dont :	2 008	100 %	22.7 %	100 %	30.7 %
691	Produits agricoles ou pour agric.	1 285	9.5		14.9	
715	Petits multiples	1 572	4.1		5.3	
745	Cycles, motos	2 253	9.5		8.5	
746.1	Armes	1 877	1.0		1.1	
747.3	Matériel de bureau	3 452	0.3		0.2	
748	Charbon, combustibles	3 651	22.1		12.2	
764	Livres, journaux, papeterie	2 019	20.2		20.1	
766	Horlogerie-bijouterie	1 590	9.8		12.4	
767.11	Jouets	1 932	2.2		2.1	
767.12	Articles de sport	2 626	4.0		3.1	
767.31	Optique - photo	4 193	2.3		1.1	
767.42	Autres - divers - bimbeloterie	1 030	2.3		4.5	
767.62	Instruments médicaux, etc.	8 456	2.1		0.5	
767.70	Articles et voitures d'enfants	2 203	1.3		1.2	
784	Tabac et autres (sans boisson)	1 645	10.1		12.4	
36	Grands multiples, dont :	70 541	100 %	19.8 %	100 %	0.7 %
711	Grands magasins	263 583	49.1		13.1	
712	Magasins populaires	77 437	40.6		36.9	
714	Bazars-galeries	13 079	9.2		49.6	
719.01	Vente par correspondance	389 130	1.0		0.2	
37	C. détail non alimentaire non sédentaire, dont :	659	100 %	2.5 %	100 %	10.4 %
722.40	Quincaillerie, machines	890	3.4		2.5	
722.50	Textiles	636	61.0		63.3	
722.60	Cuirs	735	7.7		6.9	
722.70	Autres	688	20.4		19.5	
723.10	Ambulants	636	7.4		7.6	
Ensemble commerce non alimentaire		2 727	-	100 %	-	100 %

TABLEAU 40

RÉPARTITION DES ÉTABLISSEMENTS ET DES SURFACES DE VENTE SUIVANT LA BRANCHE ET L'IMPORTANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES RENDEMENTS CORRESPONDANTS (FRANCE ENTIÈRE)

A) COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE (Commerce non sédentaire exclu)

Classes de chiffres d'affaires (x 1000F)		Alimentation traditionnelle			Commerces des viandes			Boulangeries Pâtisseries			Supermarchés Supérettes			Succursalistes et coopératives			Ensemble C. ALIMENTAIRE		
		a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c
1	moins de 50	29.5	20.9	9	8.4	7.5	11	23.3	19.6	11	1.3	0.9	0.7	1.4	1.2	8	19.6	13.9	10
2	50 à < 125	29.1	25.9	28	17.6	15.4	43	38.9	36.0	36	0.7	0.7	2	7.6	5.9	30	25.5	20.7	32
3	125 à <500	36.4	41.6	61	65.5	64.7	107	36.3	41.1	73	10.5	6.3	15	73.0	65.1	83	47.5	46.3	78
4	500 à < 1 000	3.6	6.7	108	6.7	8.7	209	1.2	2.4	129	16.7	10.7	34	15.2	19.9	122	5.4	8.7	124
5	1 000 à < 5 000	1.2	4.3	134	1.5	3.1	323	0.1	0.6	141	57.6	49.0	76	2.4	6.8	127	1.6	7.4	117
6	5 000 à <10 000	ε	0.2	211	ε	0.2	588	ε	ε	62	9.4	18.6	103	ε	0.5	114	0.1	1.6	121
7	10 000 à< 20 000	ε	ε	346	ε	ε	1 050	ε	ε	1 293	2.4	7.0	137	ε	0.1	475	ε	0.6	185
8	20 000 à <50 000	ε	ε	2 447	ε	ε	1 368	-	-	-	1.0	6.1	130	ε	0.1	499	ε	0.5	159
9	50 000 et plus	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ε	0.3	228	-	-	-	ε	ε	228
Ensemble		100	100	48	100	100	108	100	100	50	100	100	80	100	100	91	100	100	68

a % du total des établissements
b % du total de la surface de vente
c chiffre d'affaires/m2 surface de vente (x 100 F)

B) COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE
(Commerce non sédentaire et pharmacies exclus)

Classes de chiffres d'affaires (x 1000 F)		Parfumeries-S.			Habillement Textiles			Equipement-E. Logement			Autres sédentaires			Grands multiples			Ensemble C. NON ALIMENTAIRE		
		a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c
1	moins de 50	22.6	18.1	11	29.2	15.2	10	26.5	12.4	6	34.3	16.6	8	15.8	0.9	5	30.0	13.1	8
2	50 à < 125	36.2	31.8	33	28.8	19.4	26	25.6	14.1	17	26.9	18.0	21	11.0	0.6	13	27.4	15.3	22
3	125 à <500	36.9	40.5	72	33.6	37.4	46	35.1	34.3	29	30.8	38.4	34	14.3	1.8	22	32.9	32.7	36
4	500 à <1 000	3.0	5.7	121	5.6	13.1	62	7.8	15.9	39	5.4	13.7	48	4.3	1.1	30	6.0	12.8	48
5	1 000 à <5 000	1.0	3.2	194	2.4	11.6	74	4.6	21.0	45	2.2	12.1	55	19.5	12.9	48	3.0	14.8	54
6	5 000 à <10 000	ε	0.4	375	ε	1.4	86	0.1	1.4	81	ε	0.6	151	13.1	12.8	82	0.2	2.4	89
7	10 000 à <20 000	-	-		ε	0.7	73	ε	0.2	150	ε	0.2	226	13.9	22.4	95	0.1	2.8	99
8	20 000 à <50 000	-	-		ε	0.6	81	ε	0.3	125	ε	0.2	198	6.3	22.9	90	ε	2.8	93
9	50 000 et plus	-	-		ε	ε	118	ε		3 586	ε	ε	3015	1.4	24.1	113	ε	2.7	131
Ensemble		100	100	56	100	100	43	100	100	32	100	100	34	100	100	87	100	100	42

SOURCE : INSEE Recensement de la distribution. Calculs effectués d'après tableau 11 (Résultats généraux complémentaires. Collection INSEE. Série E n° 14 - juin 1972).

TABLEAU 41 BRANCHES D'ACTIVITÉS COMMERCIALES RETENUES POUR L'ANALYSE MATRICIELLE

A) Commerce de détail alimentaire

8 branches ou agrégats

Désignation	Code	N.A.E. à 3 chiffres ou plus
1. Boulangerie	A	411.412.413.416
2. Boucherie	B	694
3. Poissonnerie	C 1	695
4. Epicerie, fruits et légumes et produits laitiers	C 5	696.697 (partie) 693 (partie)
5. Confiserie et pâtisserie	C 4	698 (partie)
6. Succursalistes	D	693.3, 697.2, 697.4
7. Coopératives	E	693.9, 700
8. Non sédentaires aliment.	F 1	722 et 723 (partie)

B) Commerce de détail non alimentaire

15 branches ou agrégats

1. Non sédentaires non alim.	F 2	722 et 723 (partie)
2. Grands magasins et MP	H 1	711.712.714
3. Petits multiples	H 2	715
4. Garages, motocycles	I 1	742 (partie) 745 (partie)
5. Quincaillerie	I 2	741
6. Electro ménager	I 4	742.746
7. Combustible	I 5	748.749
8. Succursalistes chaussures	J	756.1
9. Habillement	K	754.756(partie).759
10. Meubles	L 1	760.763 (partie)
11. Librairie	L 2	764
12. Articles de loisir	L 3	767
13. Horlogerie	L 4	766
14. Divers	L 5	761.762.691 (partie).719
15. Pharmacie	N	917.4, 918

Total : 23 branches ou agrégats

Source : CCCN.CAES, 1970

ANNEXES DU CHAPITRE VI

ESPACE GEOGRAPHIQUE ET COMMERCE
LE CHOIX DES ECHELLES ET DES METHODES

MEMOIRES DE MAITRISE DE GEOGRAPHIE SOUTENUS EN 1970

sur des sujets intéressant la recherche commerciale

N.B. — Une quarantaine de mémoires de maîtrise de géographie ont été consacrés à des problèmes commerciaux dans les différentes universités françaises en 1970. On n'a mentionné que ceux dont le titre faisait explicitement référence à ce thème, bien que de nombreux mémoires, consacrés à des localités urbaines ou rurales, abordent d'une façon ou d'une autre l'étude de leurs fonctions commerciales. Ces travaux présentent presque tous un caractère monographique, *s'inscrivant traditionnellement dans un cursus pédagogique où, une fois la licence acquise, il est demandé aux étudiants de faire la preuve de leur aptitude à maîtriser les sources et les outils de la recherche.*

On observera qu'en 1970 les thèmes proprement commerciaux n'ont fait l'objet que de 4 % de l'ensemble des mémoires soutenus : c'est dire la part encore restreinte des activités commerciales dans les préoccupations des géographes, même si le champ s'en trouve abordé dans le cadre d'études plus générales des activités tertiaires. Cette impression se trouve renforcée par la réduction du nombre de ces mémoires par rapport à l'année précédente (39 en 1970 contre 47 en 1969. Cf. Répertoire de Recherches Commerciales, n° 17, p. 11) et par le caractère assez dispersé de ces études, dû en partie à l'éparpillement des sujets entre 15 universités différentes (sur 26) mais décelable au sein même des quelques universités qui ont suscité le plus grand nombre de recherches, notamment Aix-en-Provence, et Paris-Sorbonne. En 1969 des mémoires de géographie commerciale avaient été soutenus dans 11 universités (Paris se taillant la part du lion avec 28 mémoires sur 47) ; en 1970, la part de Paris s'est sensiblement réduite dans le total (9 sur 39), mais l'éventail des universités concernées est plus ouvert, sans entraîner toutefois une augmentation du nombre des mémoires.

Au total, le tiers des mémoires (16) abordent principalement le secteur amont de la distribution, en incluant souvent la production, dans le domaine des produits agricoles : *produits de l'élevage (4), fruits et légumes (9), autres productions agricoles (3) ; une douzaine de mémoires sont consacrés à des monographies* d'appareil commercial, *deux mémoires au* commerce rural *et les autres à des sujets divers. Le thème des* grandes surfaces *de vente et des mutations y afférant n'a retenu en définitive l'attention explicite que de 5 chercheurs. Les mutations du monde rural, les aspects démographiques, les problèmes industriels, les formes de la croissance urbaine demeurent, avec les études de géographie physique, le champ privilégié des recherches géographiques en France. Sans exclure des sujets intéressants, le bilan des recherches de géographie commerciale, au stade de la maîtrise, se révèle donc assez limité. Il a paru néanmoins utile d'en faire état, comme par le passé, dans le Répertoire.*

M. COQUERY

N.B. — Le chiffre entre parenthèses, après l'indication de l'Université, correspond au nombre total de mémoires de géographie soutenue en 1970.

AIX-EN-PROVENCE (110)

1. BENOLIEL (Yvette)	Production et commercialisation de la truffe dans le Vaucluse.
2. BERNARD (Jean)	L'agneau de Sisteron : élevage et commercialisation de l'agneau de cent jours
3. GAMBOTTI (Josiane)	Etude sur la foire internationale de Marseille.
4. GODLEWSKI (Marie-C.)	Avignon : la rue de la République et le cours Jean Jaurès.
5. VALANCE (Juliette)	Le commerce de détail dans l'agglomération toulonnaise.
6. VIOLIN (Jean-F.)	Les activités commerciales à Gap [1].

AMIENS (14)

7. ROUZAUD (Yves)	Production et commercialisation du blé dans l'Oise.

BESANÇON (30)

8. LOCATELLI (Dominique)	Ventes et exportations de la Den-Alsthom.

BORDEAUX (70)

9. COMTE (Jacques)	Culture et commercialisation de la tomate dans le Marmandais.
10. DUPUY (Danielle)	L'équipement commercial de détail de la rive droite de l'aggloméraion bordelaise.
11. DUPUY (Christiane)	La rue Sainte-Catherine.

(1) Un sujet fort voisin avait été soutenu à Grenoble en 1969.

CAEN (26)

12. BROCHARD (Noëlle)	Le commerce de gros de l'agglomération caennaise.
13. MORDRET (Nicole)	Production et commercialisation des céréales dans la Sarthe.

DIJON (26)

14. BOURNERY (Jeanne)	Les marchés des fruits et légumes à Dijon et dans les quatre communes du syndicat inter communal.

GRENOBLE (98)

15. DERIVOT (Robert)	La commercialisation des fruits et légumes dans la basse vallée du Rhône.
16. PILLET (Anne-Marie)	Douala, centre commercial.
17. VINCENT (Michelle)	Le ravitaillement en fruits et légumes de l'agglomération grenobloise.

LYON (76)

18. CHASSERY (Marie-Th.)	La commercialisation des productions bovines en Saône-et-Loire : pratiques traditionnelles et essais de politique nouvelle.
19. DEJOB (Paul)	Un débouché récent pour les fruits et légumes de la banlieue maraîchère et fruitière lyonnaise : les magasins à grande surface de vente.
20. QUANTIN (Mme)	Les supermarchés de la région lyonnaise.
21. SAUNIER (Michèle)	La commercialisation des fruits dans la région de l'air et de Tournon.

MONTPELLIER (33)

22. BECAT (A.), MAURIN (R.), SERIEYS (G.)	L'organisation du commerce intérieur de la Guadeloupe.
23. DUSFOUR (J.), et GERVAIS (E.)	Les expéditeurs de fruits et de légumes dans le Gard.

NANCY (16)

24. GROS-GEORGES (J.-M.)	Etude des centres commerciaux périphériques en Belgique : application à la Lorraine.

NICE (21)

25. BOURLARD (Mirianne)	Les commerces de Grasse.
26. ELLACOTT (Françoise)	Etude des magasins à succursales multiples à Nice.
27. GIORSETTI (Marie-Th.)	Etude d'une société de distribution des viandes dans le Sud-Est.

PARIS-SORBONNE (120)

28. BEAUTIER (François)	Variations du commerce rural par catégories de communes.
29. BRIDOU (PINOT) (Mich.)	Le marché de la place d'Aligre : aire d'influence, acheteurs.
30. DUEZ (Marc)	Etude d'une grande surface de vente dans la banlieue nord : le Suma de Montfermeil.
31. GIROUX (A.)	Le groupement laitier du Perche, de la matière première à la commercialisation.
32. LAGELEE (Guy)	Rapports entre la localisation des libres services et les fonctions urbaines dans la Somme.
33. MOULET (née RENAUD) (Mme)	Le centre commercial de Parly II.
34. PEDRON (C.)	Les cultures horticoles et florales du nord de la vallée d'Yerres, commercialisation.
35. RENDU (née WASNER) (Mme)	Etude de la zone d'influence de l'hypermarché et du centre commercial super-est de Champ-sur-Marne.
36. VIBERT-GUIGNE (Mme)	Répartition des établissements commerciaux à Longbeach (Californie), leur zone d'influence, leurs insuffisances.

REIMS (17)

37. BAUDRY (Nelly)	Les négociants du Champagne.

Décembre 1971

RENNES (33)

38. ROPARTZ (Madeleine) — Le commerce de détail sédentaire à Saint-Brieuc.

STRASBOURG (24)

39. MILCAMPS (Jacqueline) — Etude des liens établis par le commerce alimentaire mulhousien entre la ville et un environnement plus ou moins large.

Soit au total 39 mémoires, sur 923 soutenus dans les divers instituts de géographie en 1970. Aucun à BREST (9), CLERMONT-FERRAND (15), LILLE (33), NANTES (14), PARIS-NANTERRE (37), PARIS-VINCENNES (5), ROUEN (15), SAINT-ETIENNE (11), TOULOUSE (59), et TOURS (24).

Dans la très grande majorité des cas, ces mémoires de maîtrise demeurent inédits. Parfois consultables, sur place et sous certaines conditions, parfois faisant l'objet d'une publication partielle, ou d'un article dans une revue de géographie, ces mémoires sont d'inégale valeur.

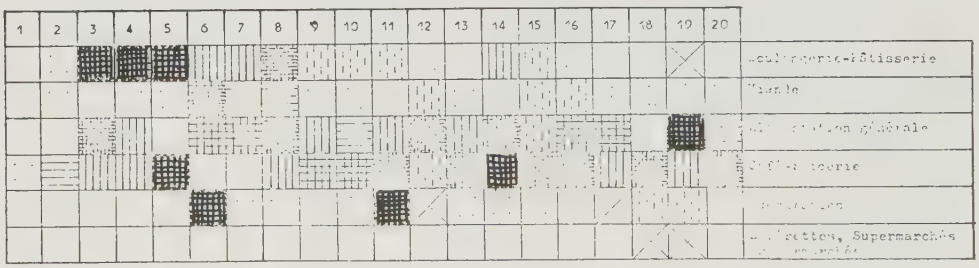
Aucune des thèses d'Etat (10) ou de 3e cycle (62) soutenues en 1970 n'était consacrée explicitement à la recherche commerciale.

LA RAPIDITE D'EVOLUTION DE L'APPAREIL COMMERCIAL ALIMENTAIRE DE LA SARTHE.

(document de travail établi par R.ROULEAU, Le Mans 1971)

Commerce alimentaire de détail - Variation du nombre d'établissements de 1967 à 1970.

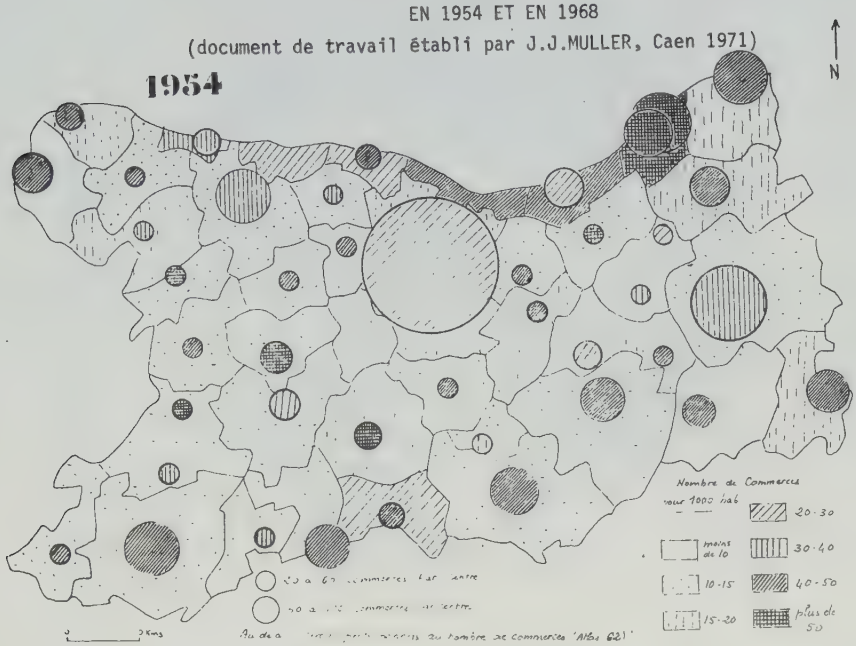
(par activités et par catégorie de communes)

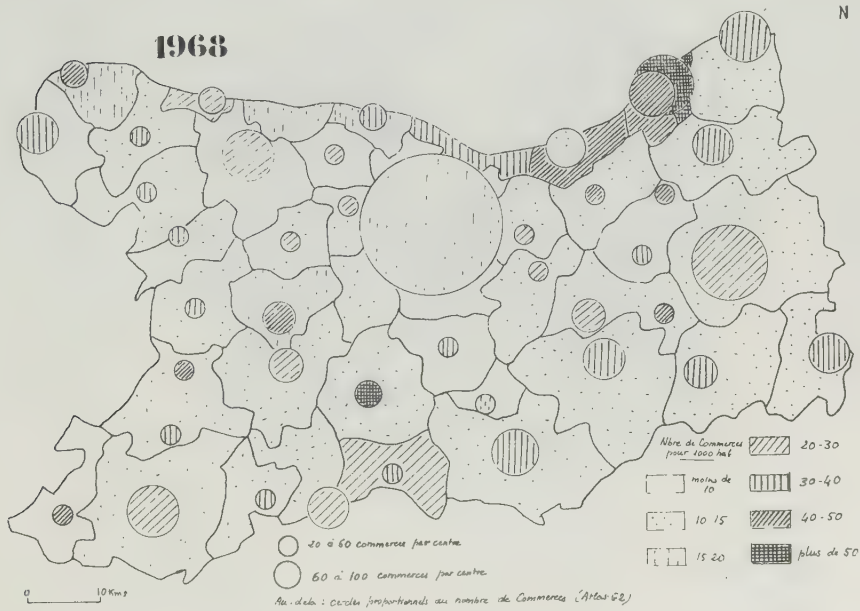


Colonne	Communes rurales de moins de 100 h	Colonne	Communes rurales 450 à 500 h	Colonne	Communes rurales de 900 à 999 h	Colonne	Communes urbaines de moins de 5 000 h
1		7		13		18	
2	100 à 199 h	8	500 à 549 h	14	1000 à 1249 h	19	5 000 à 9 999 h
3	200 à 274 h	9	550 à 599 h	15	1250 à 1499 h	20	10 000 à 19 999 h
4	275 à 349 h	10	600 à 699 h	16	1500 à 1999 h		
5	350 à 399 h	11	700 à 799 h	17	2000 et plus		
6	400 à 449 h	12	800 à [illegible] h				

Source : INSEE fichier des établissements industriels et commerciaux.

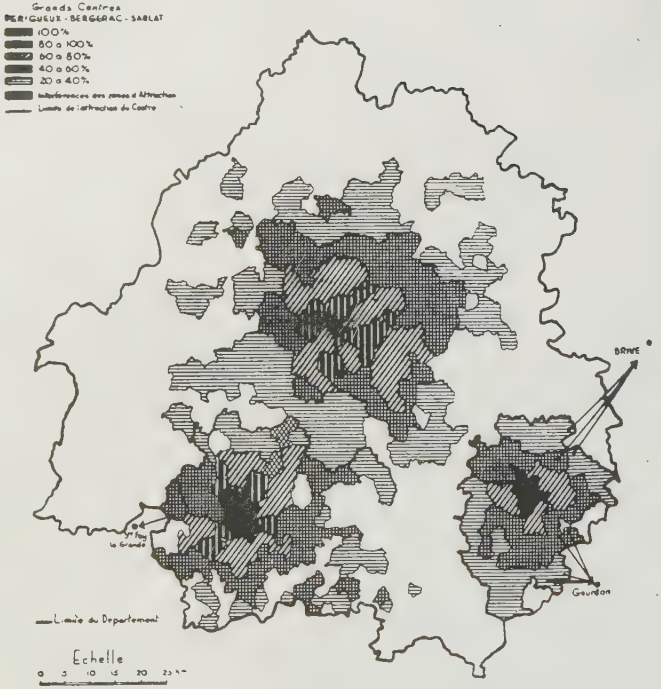
LES DENSITES COMMERCIALES DANS LE CALVADOS
EN 1954 ET EN 1968
(document de travail établi par J.J.MULLER, Caen 1971)





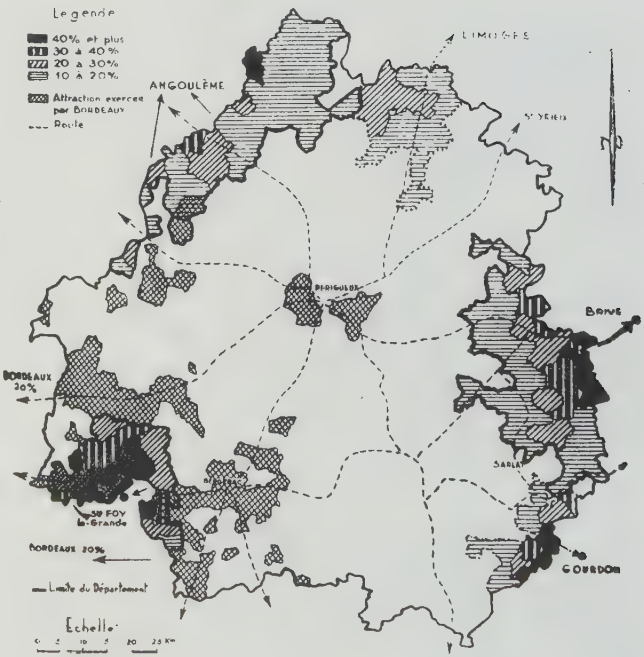
LES GRANDS CENTRES :
PÉRIGUEUX, BERGERAC, SARLAT

(ACHATS NON ALIMENTAIRES)



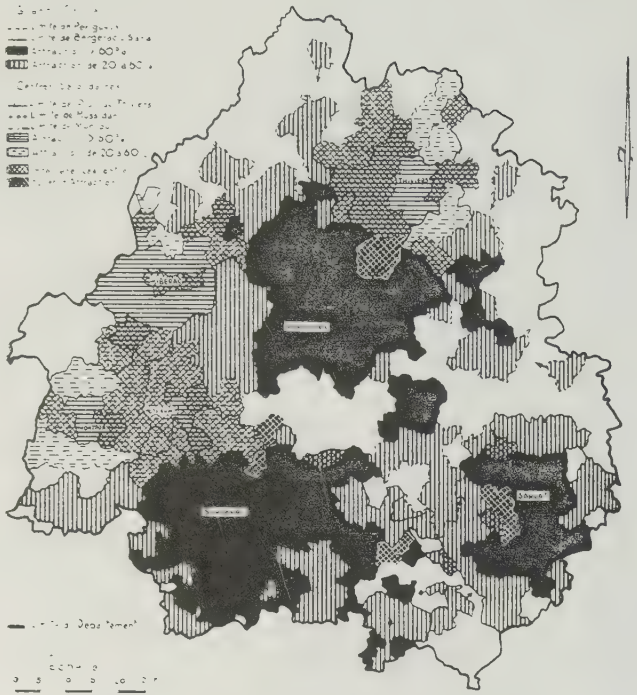
ATTRACTION DES VILLES ÉTRANGÈRES
AU DÉPARTEMENT

(ACHATS NON ALIMENTAIRES)

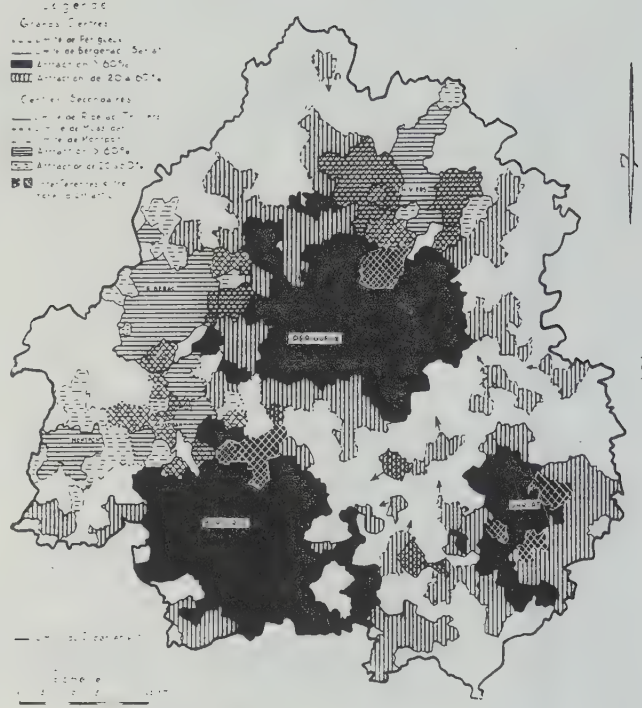


CARTES D'ATTRACTION COMMERCIALE ETABLIES SELON LA METHODE PIATIER: l'exemple de la DORDOGNE (in Les zones d'attraction commerciale du Sud-Ouest, sous la direction de J.LAJUGIE, Gauthier-Villars, Paris 1963)

TEXTILE-HABILLEMENT



MEUBLES



ATTRACTION COMMERCIALE SELON LA NATURE DES PRODUITS ACHETES: LA DORDOGNE
(in Les zones d'attraction... op.cit.)

Extrait du Supplément au n° 1229 des "INFORMATIONS" du 2.12.1968
Les villes où les Français achètent. Etude du CETEM, sous la direction d'A.PIATIER.

LES 100 PRINCIPALES VILLES COMMERCANTES DE FRANCE

(en milliers de consommateurs théoriques)

		C.T. en milliers			C.T. en milliers			C.T. en milliers			C.T. en milliers
1	PARIS	6000	25	MONTPELLIER	185,3	51	ALBI - QUIMPER	101,1	74	RODEZ	78,8
2	LYON	873,1	26	ANGERS	179,8	53	SAINT-BRIEUC	99,8	75	NIORT	77,8
3	MARSEILLE	852,9	27	REIMS	178,2	54	BAYONNE	98,5	76	SAINT-NAZAIRE	75,7
4	LILLE - ROUBAIX - TOURCOING	553,3	28	LIMOGES	170,5	55	DUNKERQUE	97,8	77	BOULOGNE	73,1
5	BORDEAUX	532,5	29	PERPIGNAN	162,8	56	LA ROCHELLE	96,0	78	COMPIEGNE	71,7
6	TOULOUSE	458,2	30	VALENCIENNES	156,3	57	BELFORT	94,2	79	MONTAUBAN	70,8
7	NANTES	401,6	31	VALENCE	156,2	58	MEZIERES-CHARLEVILLE	93,1	80	AUXERRE	70,2
8	ROUEN	372,5	32	NIMES	154,0	59	ANNECY	92,4	81	VILLEFRANCHE-SUR-SAONE	68,9
9	NICE	357,3	33	ORLEANS	153,4	60	CARCASONNE	89,5	82	MAUBEUGE	68,4
10	SAINT-ETIENNE	327,7	34	BEZIERS	145,7	61	ALES	88,9	83	CASTRES	68,3
11	STRASBOURG	312,1	35	BESANÇON	141,5	62	AIX - EN - PROVENCE	88,5	84	PERIGUEUX	67,8
12	NANCY	287,3	36	TARBES	140,7	63	CHERBOURG	88,4	85	LAVAL	67,8
13	GRENOBLE	284,6	37	METZ	137,0	64	AJACCIO	88,2	86	MONTBELIARD	67,0
14	TOULON	236,2	38	CHAMBERY	132,1	65	EPINAL	87,8	87	BEAUVAIS	66,5
15	CLERMONT-FERRAND	229,1	39	TROYES	131,5	66	DOUAI	85,5	88	BLOIS	65,6
16	RENNES	225,0	40	PAU	130,2	67	LA ROCHE-SUR-YON	84,0	89	CHOLET	65,4
17	LE HAVRE	215,4	41	COLMAR	121,2	68		83,2	90	VANNES	65,2
18	DIJON	206,0	42	LORIENT	118,0	69	CHALON-SUR-SAONE	82,3	91	BRIVE	62,7
19	LE MANS	204,8	43	AVIGNON	112,5	70	NEVERS	82,3	92	AGEN	62,4
20	MULHOUSE	198,9	44	ANGOULEME	112,5	71	CANNES	81,2	93	NARBONNE	60,9
21	BREST	193,7	45	CHARTRES	111,1	72	MONTLUÇON	80,6	94	DIEPPE	59,4
22	CAEN	190,7	46	ROANNE	110,6	73	BOURGES	79,3	95	MOULINS	58,4
23	AMIENS	187,6	47	BOURG - EN - BRESSE	110,0				96	CREIL	58,4
24	TOURS	187,0	48	POITIERS	104,8				97	EVREUX	57,5
			49	ST-QUENTIN	104,0				98	MACON	57,3
			50	BASTIA	102,0				99	CHATEAUROUX	56,1
									100	MONTARGIS	55,6

LES 130 VILLES LES PLUS « ATTRACTIVES » DE FRANCE

RANG DES VILLES SELON LE RAPPORT Clientèle/Population de la ville

1	ST-GAUDENS	3,69	30	CHERBOURG	2,25	65	BELFORT	1,87	98	VICHY	1,51
2	DUNKERQUE*	3,53	31	SOISSONS	2,25	66	BEAUVAIS	1,86	99	DIJON	1,49
3	LA ROCHE-SUR-YON	3,42	32	ANGOULEME	2,24	67	ROMANS	1,83	100	NIMES	1,49
4	VALENCIENNES*	3,40	33	ROANNE	2,23	68	BLOIS	1,83	101	BOULOGNE	1,49
5	RODEZ	3,28	34	ABBEVILLE	2,20	69	SAUMUR	1,82	102	ANGERS	1,49
6	MONTARGIS	3,21	35	AUCH	2,20	70	CHALON-S.-SAONE	1,82	103	BRIVE	1,46
7	BASTIA	3,20	36	NANCY	2,19	71	AGEN	1,81	104	RENNES	1,45
8	BOURG-EN-BRESSE	3,15	37	PAU	2,17	72	MONTCEAU-LES-MINES	1,81	105	EVREUX	1,45
9	DAX	3,07	38	AUXERRE	2,17	73	MULHOUSE	1,80	106	LA ROCHELLE	1,43
10	ROUEN	3,07	39	MONTELIMAR	2,15	74	GRENOBLE	1,79	107	LIMOGES	1,43
11	MONTBELIARD*	2,92	40	BORDEAUX	2,13	75	VIENNE	1,78	108	BESANÇON	1,42
12	VALENCE	2,90	41	MACON	2,12	76	CHOLET	1,78	109	TOULOUSE	1,41
13	CHAMBERY	2,87	42	ST-BRIEUC	2,11	77	CHAUMONT	1,78	110	LILLE-ROUBAIX-TOURCOING	1,41
14	VILLEFRANCHE-S.-SAONE	2,84	43	AJACCIO	2,10	78	ORLEANS	1,77	111	CANNES	1,40
15	TARBES	2,84	44	GAP	2,09	79	DOUAI	1,74	112	BREST	1,39
16	CREIL	2,80	45	HAGUENAU	2,09	80	CASTRES	1,74	113	TOULON	1,39
17	LONS-LE-SAUNIER	2,70	46	ALES	2,09	81	CLERMONT	1,73	114	STRASBOURG	1,36
18	EPINAL	2,57	47	CARCASSONNE	2,09	82	AMIENS	1,73	115	CHARTRES	1,33
19	BAR-LE-DUC	2,57	48	ANNECY	2,07	83	NARBONNE	1,72	116	REIMS	1,31
20	MAUBEUGE	2,56	49	BERGERAC	2,05	84	LAON	1,71	117	ST-NAZAIRE	1,30
21	COMPIEGNE	2,56	50	CAEN	2,04	85	ST-QUENTIN	1,68	118	METZ	1,27
22	ALBI	2,50	51	QUIMPER	2,04	86	PERIGUEUX	1,68	119	BOURGES	1,27
23	MEZIERES-CHARLEVILLE	2,46	52	NEVERS	2,04	87	LYON	1,67	120	LE CREUSOT	1,24
24	BAYONNE	2,45	53	AURILLAC	2,02	88	DOLE	1,66	121	AIX	1,24
25	CAMBRAI	2,39	54	NIORT	2,02	89	NANTES	1,66	122	ST-DIZIER	1,23
26	MORLAIX	2,35	55	DIEPPE	2,00	90	MONTAUBAN	1,66	123	CHALONS-S.-MARNE	1,23
27	MONTLUÇON	2,32	56	SAINTES	1,98	91	ROCHEFORT	1,65	124	NICE	1,22
28	MOULINS	2,31	57	TOURS	1,97	92	ST-ETIENNE	1,64	125	CHATEAUROUX	1,22
29	COLMAR	2,28	58	BEZIERS	1,96	93	POITIERS	1,61	126	LE HAVRE	1,18
			59	VANNES	1,96	94	LAVAL	1,59	127	SETE	1,15
			60	TROYES	1,94	95	MONTPELLIER	1,53	128	ARRAS	1,12
			61	PERPIGNAN	1,92	96	LE MAN	1,53	129	MARSEILLE	1,10
			62	EPERNAY	1,91	97	AVIGNON	1,53	130	ARLES	1,02
			63	LORIENT	1,90						
			64	LE PUY	1,89						

* Ce rapport très élevé est dû essentiellement à la faiblesse de la population communale par rapport à la population agglomérée.

CENTRE COMMERCIAL REGIONAL — LA PART-DIEU - LYON

L'ETUDE DE MARCHE PREALABLE

extrait de l'étude LARRY-SMITH sur le centre de La PART-DIEU (Lyon) 1969)

SECTION VI

LES SURFACES RECOMMANDEES

Le résumé du programme du centre commercial de la Part-Dieu est présenté sur le tableau ci-contre. La taille de ce centre, ainsi que la répartition de sa surface commerciale entre les différents types de magasins qui le composent, s'appuie en premier lieu sur les résultats de l'analyse du potentiel développée au cours de la précédente section de ce rapport. Toutefois, il a été nécessaire d'ajuster ces résultats pour concevoir un centre commercial équilibré d'un point de vue architectural, qui puisse répondre aux besoins des acheteurs en leur offrant le plus grand choix possible de magasins et de marchandises, et surtout pour que ce centre soit rentable pour le promoteur, c'est-à-dire que les surfaces allouées à chaque magasin puissent lui permettre de tirer un revenu acceptable par rapport au capital investi.

Dans cet esprit, sur la base de l'examen du potentiel disponible et pour que la rentabilité de ce centre soit assurée, nous recommandons que dans le projet de rénovation de la Part-Dieu, on affecte 100.000 m2 de surface de plancher hors oeuvre pour l'implantation d'un centre commercial régional.

Sur le tableau ci-contre, la répartition des surfaces selon la nature des différents commerces qui seront représentés dans le centre est purement indicative. Elle peut évidemment subir des modifications, car la conception architecturale du centre commercial, la recherche des commerçants, les négociations des locaux peuvent avoir une incidence sur le programme prévu à cette phase du développement.

Ce plan des surfaces est traité en détail dans les paragraphes suivants pour chaque catégorie de magasins.

Grands Magasins

Sur la base du potentiel "Grands Magasins" disponible en 1975, et pour un chiffre de productivité moyen de F 4.000 par mètre carré de surface totale, nous recommandons l'affectation d'une surface de 50.000 m2 aux Grands Magasins l'année de l'ouverture du centre. Cette surface pourrait être répartie entre deux sociétés de Grands Magasins de la manière suivante : 35.000 m2 à la plus forte sur le marché et le reste à la seconde. Il faut cependant remarquer que la surface proposée à cette étape pourra subir des modifications au cours des négociations qui auront lieu avec les sociétés de Grands Magasins postulant la place de commerçant principal dans le centre. En effet, la position de ces sociétés dans l'agglomération lyonnaise, et la part du marché qu'elles s'attribuent, auront une incidence importante sur les surfaces recommandées.

LES REALISATIONS EFFECTIVES
(L.S.A n°548 du 11 septembre 1975)

Date d'ouverture au public	9 septembre 1975
Premier coup de pioche	17 juillet 1972
Signature de l'accord avec la ville de Lyon	11 mai 1970
Surfaces et dimensions	
Surface au sol	4 hectares
Surface de planchers	220.000 m2
Surface commerciale GLA prévue (ventes + réserves)	110.000 m2
Longueur	360 m
Linéaire des vitrines	2.300 m
Parkings	4.300 places, dans un silo de 8 niveaux (parking payant)
Nombre de niveaux	5 (0, niveau métro — 1, hommes et jeunes, 2, femmes, enfants et esplanade piétons — 3, équipement maison, alimentation — 4, terrasse)

Données commerciales (avec les surfaces commerciales totales GLA)	
Nombre de commerces et services	154 ouverts le 9 septembre 1975, sur 92.216 m2
Grands Magasins (avec leur surface totale)	Galeries Lafayette (22.000 m2), Jelmoli (22.000 m2 dont un supermarché alimentaire de 1.500 m2) (Groupe suisse)
Unités moyennes (surfaces totales)	Marks & Spencer (6.000 m2) ; C & A (4.000 m2) ; Uniprix (4.000 m2, dont un supermarché alimentaire de 1.200 m2) ; Habitat (1.900 m2) ; 3 Suisses (1.600 m2) , Thiéry & Sigrand (1.300 m2) Darty (1.200 m2) ; Compagnie de l'Orient et de la Chine (800 m2)
Loisirs	6 cinémas ; 12 points de restauration (dont Jacques Borel exploitant en tout 3.500 m2)
Emplois créés	4.300 environ
Coût de la réalisation (investissement total de la SCC)	350 millions de F ttc (terrain + honoraires + coût de la construction, non compris aménagements des commerçants)
Prévision de chiffre d'affaires annuel	600 à 700 millions de F 1975
Loyers	450 F le m2 en moyenne allant jusqu'à 600 et 800 F avec minimum garanti pour le bailleur — indexation sur le chiffre d'affaires (1 à 7 %), plus charges (40 F environ par m2)

Ministère de l'équipement

S.E.R.C

Etude sur les grandes surfaces de vente

Nom de l'enquêteur :

Numéro du questionnaire :

Nom du magasin :

Porte n° :

Jours : Lundi — Mardi — Mercredi — Jeudi
Vendredi — Samedi — Dimanche

Heures : 8/ 9 — 11/12 — 14/15 — 17/18
9/10 — 12/13 — 15/16 — 18/19
10/11 — 13/14 — 16/17 — 19/20
20/21 — 21/22

Le Ministère de l'Equipement effectue une étude sur les Grands Magasins. Acceptez-vous de répondre à quelques questions

1 - Femmes
2 - Hommes
3 - Couples

avec { amis-voisins / parents / enfants

I - Quand êtes-vous venu dans ce magasin pour la dernière fois ?

0 - 1ère fois
1 - tous les jours
2 - avant hier
3 - il y a 3 jours
4 - il y a 4 jours
5 - il y a 5 jours
6 - la semaine dernière
7 - tous les 15 jours
8 - 1 fois par mois
9 - épisodiquement

II - Avez-vous fait des achats ? oui — non
Lesquels ? (il faut noter dans les "autres" les achats qui n'entre dans aucune des catégories)

Habillement Nouveautés	Parfumerie Maroquinerie	Meubles
Livres - Disques Sport - Camping Jardin	Equipement de la maison - Articles ménagers	Produits d'entretien Droguerie
Charcuterie Boucherie Poisson Pain - Patisserie	Légumes - Fruits Produits laitier	Conserves Boissons Epicerie

Autres

III - Quel est le montant total des achats effectués aujourd'hui (ou le montant de chaque achat)

IV - Si vous n'avez pas été client du magasin, pourquoi êtes-vous venu dans l'établissement ?
- A l'occasion de cette sortie aujourd'hui, êtes-vous allé ou irez-vous dans d'autres magasins, cinéma ou café ?

V - Avez-vous des suggestions à formuler au sujet du magasin ? (pour aide-mémoire : choix, heures d'ouverture, prix, aspect, services offerts, organisation, cadre).

VI - Quels moyens de transport avez-vous utilisé pour venir dans ce magasin ?

1 - à pied
2 - deux roues
3 - transport en commun
4 - voiture appartenant au ménage
5 - taxi
6 - transport propre au magasin
7 - voiture particulière appartenant à une entreprise

VII - Quel moyen de transport votre foyer possède-t-il ?

1 - aucun
2 - deux roues
3 - deux roues - 1 voiture
4 - 1 voiture
5 - 2 voitures et plus

VIII - Questions à poser en cas de non utilisation d'une voiture.

Pourquoi n'avez-vous pas utilisé votre voiture ? (présenter le carton "non utilisation de la voiture)

1 - La voiture sert au conjoint pour son travail
2 - Vous n'avez pas de permis de conduire
3 - Utiliser la voiture est onéreux
4 - Vous n'aimez pas conduire en ville
5 - Vous connaissez insuffisamment le quartier
6 - On peut difficilement garer sa voiture
7 - Vous habitez à proximité
8 - Vous travaillez à proximité
9 - Vous faites du lèche-vitrines en venant ou en repartant du magasin
0 - Le magasin est en zone bleue ce qui laisse peu de temps pour les achats

IX - Combien mettez-vous de temps pour venir à ce magasin ? (si une des origine est exceptionnelles ne pas noter la réponse)

A - depuis votre travail	B - depuis votre domicile
1 - moins de 10'	1 - moins de 10'
2 - de 10 à 20'	2 - de 10 à 20'
3 - de 20 à 30'	3 - de 20 à 30'
4 - de 1/2 h. à 3/4 h.	4 - de 1/2 h. à 3/4 h.
5 - qe 3/4 h. à 1 h.	5 - qe 3/4 h. à 1 h.
6 - plus d'une h.	6 - plus d'une h.

X - Avez-vous des enfants ?

A - relever le chiffre total
- combien de moins de 5 ans :
- combien de 5 à 14 ans :

B - de combien de personnes, y-compris vous-même se compose votre foyer :

C - dans cette pyramide des âges, vous vous situez entre :

1 - moins de 22 ans
2 - de 22 à 35 ans
3 - de 36 à 45 ans
4 - de 46 à 65 ans
5 - plus de 65 ans

XI - Avez-vous actuellement une activité professionnelle ? oui — non

A - Quel est votre profession ? (indiquer ménagère pour les femmes restant au foyer)
(A ne poser qu'aux personnes ayant une activité professionnelle) (plus proche de B)

B - adresse de votre lieu de travail

Rue N°

Commune Arrondissement

C - Quelle est la profession du chef de votre famille (très précise - ne pas se contenter de "employé à la S.N.C.F.")

XII - Pouvez-vous décrire très exactement le trajet que vous avez effectué pour venir à ce magasin ?

A - Utilisateurs de transport en commun
- N° de la ou des lignes utilisées pour parvenir à ce magasin :
- Nom de l'arrêt de montée :
- Nom de l'arrêt de descente :

Comment repartirez-vous ?
- N° de la ou des lignes utilisées pour :
- Nom de l'arrêt de montée :
- Nom de l'arrêt de descente :

Adresse du domicile :

Commune ou quartier :

Rue N°

Nom de famille :

B - Utilisateurs de voiture particulière ou de deux roues

Quelles sont les grandes artères empruntées ?

Lieu de stationnement du véhicule

	oui — non
- en zone bleue	
- en bordure de rue	1
- dans un parc payant	2
- dans un parc gratuit	3
- dans le parc du magasin	4

Combien de temps, trouvez-vous normal de marcher entre l'endroit où vous garez votre voiture et le magasin :

1 - moins de 5 mn
2 - 5 à 10 mn
3 - de 10 à 15 mn
4 - de 15 à 20 mn
5 - plus de 20 mn

NE PAS OUBLIER L'ADRESSE ET LE NOM

A B

MODELE DE QUESTIONNAIRE UTILISE POUR L'ENQUETE SUR LES MAGASINS DE GRANDE SURFACE DANS L'AGGLOMERATION LYONNAISE(1969)

A B

UN EXEMPLE "CLASSIQUE" DE GRILLE D'EQUIPEMENT COMMERCIAL UTILISEE AU DEBUT DES ANNEES 60: LE MODELE DE LA S.C.I.C.

(établie en 1962 par la Société Centrale Immobilière de la Caisse des Dépôts, cette grille diffère de celle mise au point par cet organisme en 1958, trois ans avant la publication de la circulaire Sudreau-Fontanet sur les équipements commerciaux) cf. URBANISMEn° 75-76, 1962,pp.61-71

GRILLE D'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL INDIQUANT PAR COMMERCE SPÉCIALISÉ

— le pourcentage du revenu global dépensé dans chacun d'eux par un foyer.
— le chiffre d'affaires moyen des commerces spécialisés
— les surfaces utiles optima des magasins et annexes

Hypothèse de départ : foyer de 4 personnes, ressources globales annuelles d'un locataire ..... { LO.GE.CO. 12 000 NF ; H.L.M. B... 14.000 NF }

Part du revenu global d'un foyer affectée aux dépenses { non commercialisables (loyers, impots, transports, spectacles, vacances, etc) 30% ; commercialisables 70% }

	Nature des dépenses	Importance des différentes dépenses en % du revenu global	Chiffre d'affaires annuel d'un commerce en milliers de NF (1)			Surfaces nécessaires aux différents commerces (en m²)					
						petit		moyen		grand	
			petit	moyen	grand	boutique	annexes et cave	boutique	annexes et cave	boutique	annexes et cave
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l
ALIMENTATION	**Dépenses courantes**										
	Boulangerie, pâtisserie	3,46		500	1.000			40	150/170	60	200/220
	ou dépôt de pain patisserie							30	30	*	
	Vins, spiritueux, eaux minérales *	6,11		600	1.500			50	80	75	120
	Epicerie *	6,35		500	800			60	70	80	80
	Boucherie bov., triperie, volailles	4,70		500	900			40	45	50	50
	Boucherie chevaline	2,23		200				40	30		
	Charcuterie, comestibles	2,40		300				60	60		
	Triperie, volailles	1,43		150				40	30		
	Poissons, crustacés, fruits de mer *	1,27	150	250	500	25	20	35	20	50	40
	Produits laitiers, œufs *	6,93	300	600	800	40	40	60	50	80	80
	Fruits et légumes *	5,91		300	600			40	40	60	45
		40,79									
ENTRETIEN	Mercerie, lames, articles enfants	2,01	100	200		25	20	30	30		
	Articles ménage, quincaillerie	1,92		200	350			50	40	70	70
	Produits entretien *										
	Parfumerie, objets de toilette	0,76	80	200		20	15	35	30		
	Pharmacie *	2,60		300	450			40	50	50	70
		7,29									
DIVERS	Journaux, revues, papeterie, livres										
	Tabacs, articles fumeurs, timbres	3,43	150	200	400	35	30	40	40	60	80
	Cartes postales										
		3,43									
HABILLEMENT	**Dépenses anomales**										
	Confection hommes, garçonnets	2,06	200	400	750	40	30	70	30	100	50
	Confection dames, fillettes	1,97	200	400	750	40	30	70	30	100	50
	Lingerie mode, gants	1,20	120	250		30	20	35	40		
	Articles hommes, chemiserie, chapellerie	1,39	120	250		25	20	40	30		
	Tissus au mètre	0,86	100			40	40				
	Chaussures	1,42	120	350		30	40	50	70		
		8,90									

(1) il s'agit de chiffres d'affaires réels moyens. On notera qu'ils sont une fois et demie à deux fois supérieurs aux chiffres d'affaires moyens déclarés au fisc, tels que nous avons pu les relever pour 1961 .../..

.../.. suite

a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l
	Nature des dépenses	Importance des différentes dépenses en % du revenu global	Chiffre d'affaires annuel d'un commerce en milliers de NF			Surfaces nécessaires aux différents commerces (en m²)					
			petit	moyen	**grand**	**petit**		moyen		**grand**	
						boutique	annexes et cave	boutique	annexes et cave	boutique	annexes et cave
MÉNAGE	Meubles	1,19	300	350	850	100	80	120	100	150	150
	Literie, tapis, tissus ameublement, papiers peints	0,52	150	250		50	35	70	60		
	Linge de maison	0,60	150			40	30				
	Appareils électro-ménagers, chauffage sanitaire, faïence, verrerie, radio-télévision *	2,04	300	450	800	40	50	70	70	100	100
		4,35									
DIVERS	Photo-optique *	0,30	200	300		30	30	35	40		
	Jouets, sports, camping *	0,60	150	250		40	40	50	70		
	Horlogerie, bijouterie	0,64	100	250		25	30	40	30		
	Fleurs *	0,50	50	100		25	25	30	35		
	Maroquinerie	0,50		150				40	40		
		2,54									
	Services					25	15				
	Cordonnerie	0,30	60								
	Teinturerie-Pressing	0,60		120	200	25	15	80		120	
	Laverie	0,60		120	200	35	20	80		120	
	Coiffeurs hommes	0,10	30	40				30	20		
	Coiffeurs dames	0,30	60	80				50	25		
	Coiffeurs mixte	0,40		100				50	20		
	Électricien	0,10				40					
	Menuisier	0,10				40					
	Plombier	0,10				40					
	Serrurier	0,10				40					
		2,70									
	Total des dépenses commercialisables	70%									
	Divers										
	Café ou cafeteria *					110		140		170	
	Libre-Service Restaurant *					150		250		350	
	Cinéma					660/700 places					
	Banque *					70		100			
	Perception							80/100			
	Postes *					200		300			
	Parkings					1 à 2 fois la surface de vente des magasins					
	Grand Magasin * Supérette	12	1.000			120	120	300	300		
	Grand Magasin * Super-marché			2.500						1.000	
	Grand Magasin * Magasin populaire				8.000						800

(*) Pour les commerces marqués d'un astérisque (*) les annexes peuvent être reportées en totalité ou, au moins, en partie, en sous-sol.

TABLEAU 42 NATURE ET FORMES DE RÉPARTITION DES COMMERCES SÉDENTAIRES NON ALIMENTAIRES ET DES PRESTATAIRES DE SERVICE DANS LE SECTEUR DES BLAGIS EN 1973 (ENQUÊTE DIRECTE)

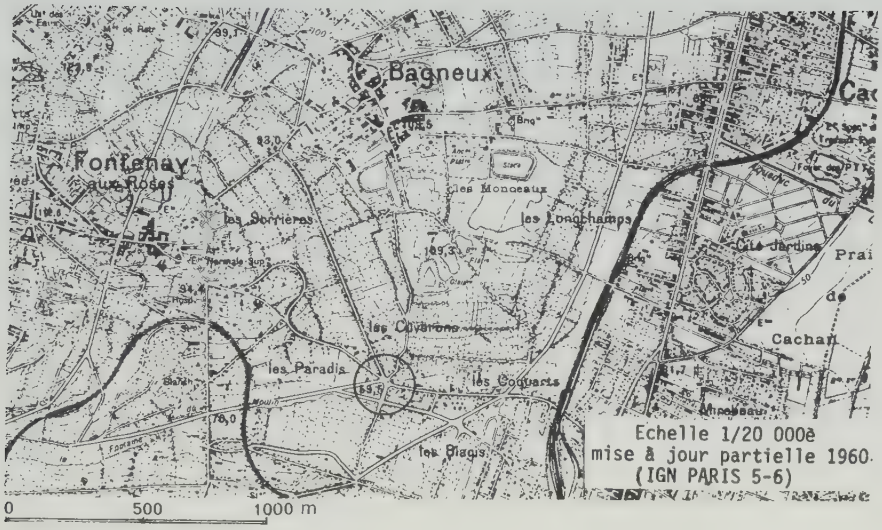
Nature des commerces et services / Lieux et types d'implantation			Centres commerciaux concertés						Environnement comm. de fait (pied immeuble)			TOTAL
			site propre		pied d'immeuble				noyau de fait			
			Blagis1	Cuverons	Blagis2	Paradis	Av.Foch	TOTAL	Av. Bourg la R.	dispersé	TOTAL	
COMMERCES PROPREMENT DITS	Habillement	Ensemble	3	2		1		6		1	1	7
		dont :										
		. vêtements	1	1				2		1	1	3
		. mercerie	1	1		1		3				3
		. chaussures	1					1				1
	E.Equipement foyer	Ensemble	2	1	1			4				4
		dont :										
		. droguerie		1	1			2				2
		. électro ménager	1					1				1
		. (+céramique-verrerie)	1					1				1
	Autres loisirs	Ensemble	4					4		3	3	7
		dont :										
		. optique-hifi-son	1					1				1
		. radio-TV-photo	2					2		1	1	3
		. jouets								1	1	1
		. fleuriste	1					1		1	1	2
	Tabac - papeterie - journaux			1	1	1	1	4	1	1	2	6
	Pharmacie			1	1		1	3		3	3	6
	ENSEMBLE		9	5	3	2	2	21	1	8	9	30
Cafés - bars - salons de thé			2					2		2	2	4
PRESTATAIRES DE SERVICE	Ensemble		4	2	1	2	2	11	2	10	12	23
	dont :											
	. coiffure		1	1		1	1	4	1	2	3	7
	. laverie-pressing		1	1	1	1	1	5		2	2	7
	. cordonnier									1	1	2
	. plombier - sanitaire		1					1				1
	. garage-station-service		1					1		5	5	6
	. auto-école								1		1	1
AUTRES SERVICES	. guichet bancaire				1			1				1
	. agences immobilières et assurances									2	2	2
	. P&T - Caisse d'épargne inclus dans équipement commercial		1		1			2				2
TOTAL			16	7	6	4	4	37	3	22	25	62

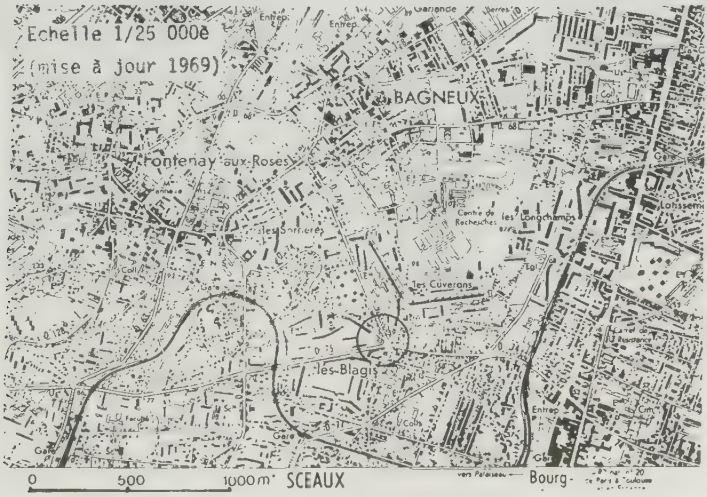
TABLEAU 43 NATURE ET FORMES DE RÉPARTITION DES COMMERCES SÉDENTAIRES ALIMENTAIRES DANS LE SECTEUR DES BLAGIS EN 1973 (ENQUÊTE DIRECTE)

Lieux et types d'implantation / Nature des commerces	Centres commerciaux concertés						Environnement comm. de fait (pied immeuble)			TOTAL
	site propre		pied d'immeuble			TOTAL	noyau de fait		dispersé	TOTAL	
	Cuverons	Blagis1	Blagis2	Paradis	Av.Foch		Av. Bourg la R.				
Boulangeries-Pâtisseries	1			1	1	3	1		1	2	5
Commerce des viandes	1	2	1		2	6	2		1	3	9
dont :											
. Boucherie-Charcuterie			1			1	1		1	2	3
. Charcuterie-Boucherie	1	1			1	3	1			1	4
. Hipp.-Triperie		1			1	2					2
Autres commerces spécialisés		2	1		1	4					4
dont :											
. Vins et boissons		1				1					1
. Fruits et légumes			1		1	2					2
. Poissonnerie		1				1					1
Alimentation générale	2	1	1	1	1	6			3	3	9
dont :											
. Service traditionnel — indépendant									2	2	2
. Service traditionnel — intégré			1		1	2					2
. Libre-service — indépendant									1	1	1
. Libre-service — intégré	2	1SM		1		4					4
TOTAL ALIMENTAIRE	4	5	3	2	5	19	3		5	8	27
TOTAL NON ALIMENTAIRE (rappel)	5	9	3	2	2	21	1		8	9	30
TOTAL SERVICES (rappel) (1)	2	6	2	2	2	14	2		12	14	28
TOTAL COMMERCES ET SERVICES	11	20	8	6	9	54	6		25	31	85
Rapport Alimentaire/non alimentaire	0.8	0.5	1.0	1.0	2.5	0.9	3.0		0.6	0.9	0.9
Rapport Services/non alimentaire	0.4	0.6	0.6	1	1	0.6	2		1.5	1.5	0.9
Rapport Alimentaire/non alimentaire + services	0.5	0.3	0.6	0.5	1.2	0.5	1		0.2	0.3	0.4

(1) P&T et Caisse d'épargne exclus

LA MULTIPLICATION DES GRANDS ENSEMBLES DE LA FIN DES ANNEES 50 A LA FIN DES ANNEES 60 DANS LE SECTEUR DES BLAGIS (FONTENAY-AUX-ROSES, BAGNEUX, SCEAUX,CACHAN)





EXEMPLE DE QUESTIONNAIRE MIS AU POINT AVEC DES ETUDIANTS DE GEOGRAPHIE, DANS LE CADRE DE LEUR D.E.S. (1964-1966)

UNIVERSITE DE PARIS
INSTITUT DE GEOGRAPHIE

CHEFS D'ENTREPRISES COMMERCIALES
QUESTIONNAIRE ANONYME

(rayer les mentions inutiles).

A) VOTRE ENTREPRISE

1. Nature (précise) du commerce :
2. Forme (juridique) de l'entreprise :
3. Raison sociale (facultatif)
4. Date de son installation à D
5. S'est-il agi d'une création ? d'une reprise ?
6. Dans le cas d'une reprise, a) nature du commerce précédent : b) modalité de la reprise :
7. Dans l'un ou l'autre cas (création ou reprise) votre installation à D a-t-elle correspondu pour vous à votre première installation dans la profession ou au transfert d'un commerce que vous exerciez ailleurs ? a) lequel ? : b) où ? :
8. Etes-vous propriétaire a) des murs ? b) de votre fonds ? ou gérant ?
9. Personnel employé : Membres de votre famille (éventuellement) :
   Salariés : hommes femmes :
   - à temps complet : - à temps partiel :
   - saisonnièrement :

B) VOUS-MÊME

10. Votre âge :
11. Votre région (ou ville) d'origine :
12. Profession exercée par vos parents :
13. Qu'est-ce qui a déterminé le choix de votre profession ?
14. En avez-vous exercé une autre ? : Laquelle ? :
15. Profession de votre épouse (éventuellement) :
16. A quelle carrière se destinent vos enfants ? (études, projets, et le cas échéant professions exercées) :

C) VOTRE MAGASIN

17. Surface. a) de vente b) de réserve
18. Situation (centre, periphérie, environnement, etc.) :
19. Compte tenu de la nature de votre commerce et de votre clientèle, quelle est à votre avis, pour un magasin de ce type a) la surface souhaitable ? : b) la meilleure situation ? (dans votre ville, ou, éventuellement ailleurs) :
20. Principales transformations effectuées depuis votre installation :
21. A quelles autres améliorations de votre magasin souhaiteriez-vous vous attacher ? :

D) VOTRE CLIENTELE.

22. Classes d'âge les mieux représentées :
23. Sexe dominant :
24. Disponibilités financières :
25. Fréquence du recours à votre commerce par votre clientèle (quotidien, hebdomadaire, mensuel, etc...) :
26. Période de fréquentation maximum de votre magasin :
    heures de la journée : jours de la semaine :
    mois ou saison :
27. Origine de votre clientèle (en majorité et selon les jours ou périodes) : (votre quartier, toute la ville, la campagne, d'autres villes ...)
28. Mode de déplacement de vos clients :
29. Pouvez-vous indiquer la zone d'influence de votre magasin ?
30. Quel environnement (type de quartier, proximité de quels autres commerces, possibilités de parking ...) est à votre avis le plus favorable à l'afflux de clientèle ?

E) VOS APPROVISIONNEMENTS :

31. Nombre approximatif de vos fournisseurs :
32. Localisation de vos fournisseurs (villes) (si possible par ordre d'importance) :
33. Fréquence de vos approvisionnements :
34. Mode d'acheminement :
35. Autres remarques :

F) QUESTIONS GENERALES

36. Formes de vente (libre-service ...) :
37. Vous jugez-vous suffisamment informé a) de vos problèmes particuliers et techniques ? b) de problèmes plus généraux ? :
38. Votre avis sur les charges (sociales, fiscales) pesant sur votre entreprise : (supportables, trop lourdes, etc.) :
39. Quels sont vos principaux problèmes ? Vos principales difficultés ?
40. Remèdes et suggestions que vous proposez pour les résoudre :
41. Perspectives d'avenir selon vous ?
42. Qu'attendez-vous du plan d'expansion de la ville ?
43. Y croyez-vous ?
44. Quels aspects de votre profession, de vos activités vous semblent absents de ce questionnaire auquel vous avez eu la courtoisie de répondre ?

Université de Paris
Institut de Géographie
191, rue St Jacques
PARIS Ve

Paris, le 18 février 1966

Madame, Monsieur,

Nous tenons à vous informer par avance du passage à votre domicile, dans la semaine du ..... au .... 1966, d'un(e) etudiant(e) de Faculté des lettres et Sciences Humaines de Paris.

Vous n'ignorez pas combien le problème de l'approvisionnement et du recours aux divers commerces et services est vital pour la ménagère, spécialement dans le contexte des nouvelles unités d'habitation.

L'implantation d'équipements commerciaux, le comportement des ménagères à leur égard, les déplacements effectués pour les achats, sont autant de données assez mal connues des géographes et qui sont pourtant d'un grand intérêt pour la connaissance des conditions nouvelles de la vie urbaine.

Ce sont ces thèmes qui font l'objet d'une étude engagée à l'Institut de Géographie de Paris avec l'accord de la municipalité de Sceaux et celui [illegible].

Nous espérons que vous aurez l'amabilité de bien vouloir répondre aux questions qui vous seront posées à cette occasion. L'étude est effectuée dans le cadre de recherches universitaires (Diplôme d'Etudes Supérieures) et sous la responsabilité de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines: le caractère anonyme et confidentiel des réponses recueillies est donc assuré, comme il est de règle dans une étude désintéressée de ce type.

Nous vous remercions à l'avance de votre concours et vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos sentiments distingués.

M. COQUERY
Agrégé de l'Université
Assistant à la Sorbonne

G. STREIFF
Licencié de Géographie

UNIVERSITE DE PARIS
INSTITUT DE GEOGRAPHIE
D.E.S

SONDAGE DE CLIENTELE: D R E U X

Jour :
Heure :
Lieu :

1. Lieu de résidence :
Lieu de travail :

age : sexe :
profession :

2. Mode transport. Comment êtes-vous venu à Dreux ?

à pied		en voiture	
à bicyclette		en autocar	
en mobylette		par le train	

3. Quel jour faites vous principalement vos courses ?
A quelle heure de préférence ?
Pour quelles raisons ?
Les autre jours, à quelle heure faites vous vos courses?
Est-ce en allant à votre travail ?
ou en revenant de votre travail?

4. Pourquoi à Dreux, plutôt qu'à votre commune de résidence ou dans une autre ville voisine ?
Choix ? Prix ? Promenade?
Attaches familiales ou relations ?
Moyens de communication ?
Demarches administratives ? Autres motifs ?

5. Qu'achetez vous à Dreux ?
Produits alimentaires
Produits non alimentaires
Quelle nature de commerce vous attire le plus ?
Que préferez vous ? Les petits commerces
Les foires et les marchés
Le grand commerce
Pourquoi ?

Enquête Commerces | PARIS ..è Arrondissement | R U E : .... | Date du relevé:

N° 1	N° 2	Enseigne et nature du commerce	code a	code b	cotation STA	cotation MOD	cotation ACH	cotation SURF	note T	OBSERVATIONS
					•	standing				(y compris notations sur personnel)
		numéro dans la rue				•	modernisme			selon méthode J.SPORCK
	•	pair					•	achalandage		
•		impair								
		selon regroupement en 11 postes	•							évaluation surface du magasin
		selon branche détaillée de chaque poste (voir fiche ci-dessous)		•						

A Exemple de fiche analytique de terrain, par rue

B Exemple de fiche de synthèse, rue, quartier ou localité

LOCALITE ou Zone Rue Quartier		Source Enquête date :	
ACTIVITES		ACTIVITES	
alimentation	boucherie, charcuterie, volailles poissonnerie alimentation gle (ep.fruits,legBOF) boulangerie, patisserie confiserie Total :	transports	station service garage, réparations vente auto cycles auto école Total :
habillement	chemis; ling. bonnet, c. tissus, textile habillement, confection fourrures chaussures maroquinerie Total :	culture - loisirs	librairie, journ aux tabac, allumettes papeterie articles bureau radio cinc photo disques musique spectacles, agences voyage, tourisme jouets sports antiquités, tableaux. Total :
service habillem.	teinturerie, blanchisserie cordonnerie Total :	hotel café restaurant	café café-restaurant restaurant hôtel hôtel-restaurant Total :
équip. du logement	vaisselle, verrerie droguerie, couleurs, vernis bazar, quincaillerie chauffage, sanitaire électricité, electromenager meubles tapissier décorateur. Total :	équipement individuel	fleurs cadeaux bijouterie horlogerie Total :
		commerce multiple	magasin populaire grand magasin Total
hygiène santé	pharmacie herboristerie coiffure parfumerie Institut de beauté optique Total :	divers	Total
	Total		Total Général

A - GRILLE D'APPROCHE QUALIFIANT L'OFFRE

Morphologie et taille / Nature et qualité (1)		Magasins en pied d'immeuble créant alignement sur voirie générale — Différentes catégories de nodules selon la taille (nombre de magasins) (+ le cas échéant, présence d'un "leader")				Magasins "autonomes" (bâtiments spécifiques) — sur voirie générale — alignement	sur voirie générale — grandes unités	en site et sur voirie propres — alignement	en site et sur voirie propres — grandes unités	Formes mixtes — existant	Formes mixtes — prévu
		•	•	•	•						
Exclusivement alimentaire courant	a										
	b										
	c										
Largement alimentaire courant (+ présence aliment. spécialisé ou luxe)	a										
	b										
	c										
Mixte alimentaire et non alimentaire courant	a										
	b										
	c										
idem + présence comm. spécialisés ou luxe	b										
	c										
Dominante non alimentaire, présence commerce alimentaire	a										
	b										
	c										
Forte dominante non alimentaire + spécialistes et c. rares ou luxe	a										
	b										
	c										
Large dominante commerces de luxe	a										
	b										
	c										

PROXIMITE

ATTRACTION

(1) Eléments qualitatifs : a. vétuste
b. entretenu
c. récent et moderne

A' - GRILLE D'APPROCHE QUALIFIANT L'OFFRE (COMMERCE NON SÉDENTAIRE)

Morphologie et taille / Nature et fréquence		Marchés couverts dotés d'installations fixes — autonomes	associés à d'autres activités	Marchés découverts réguliers — sur voirie générale (places ou rues)	sur emplacements spécifiques	Autres formes régulières (à périodicité espacée) Foires Expositions Ventes	Emplacements commerciaux épisodiques (camelots, "underground")	Commerce ambulant (desserte régulière par véhicule aménagé en magasin)	Observations complémentaires
		indicateur de taille (nombre d'établissements)							
alimentaire dominant	indicateur de périodicité								
non alimentaire dominant									
mixte									
marché de l'occasion "puces"									
autres									

B - GRILLE D'APPROCHE QUALIFIANT L'ENVIRONNEMENT

Cadre bati / Contenu socio-économique et démographique	1 URBANISATION CONTINUE													
	Centre-ville			Quartiers										
				Habitat collectif dominant			Habitat individuel dominant		Mixte			Rénovation		
	Tissu ancien	Tissu rénové	Rénovation prévue ZAC...	Traditionnel composite	Type H.L.M.	Type "résidences"	Lotissements pavillonnaires type loucheur courant	type "villas"	aucune dominante	dominante "dégradée"	dominante "standing"	publique, à caractère social	mixte ou privée	prévue ZAC, PRU ...
Indices de : Densité de population														
Structure par âge														
Mouvement démographique (rythmes) croissance														
Mobilité résidentielle														
Structures socio-professionn.														
Taux d'activité														
Mobilité quotidienne de travail														
Nature dominante des activités														
Présence zone d'activité ou emprises et équipement spécifiques														
Desserte/accessibilité Transports en commun Proximité grande voirie Capacité stationn. actuelle prévue Projets voirie transports														

Cadre bati / Contenu socio-économique et démographique	2 URBANISATION DISCONTINUE										3 MILIEU RURAL			
	Périphéries et marges urbaines													
	Lotissements dispersés ou petites opérations isolées			Grands ensembles d'habitat collectif				Opérations d'aménagement Z.A.D. Z.A.C. Z.O.H. Z.I.						
	Habitat individuel	Habitat collectif	Mixte	Antérieurs à 1965	Postérieurs à 1965	Processus "spontané" de bourrage interstiticl	Anciens villages urbanisés	en cours de réalisation	prévues	Nature des zones de discontinuité	Village traditionnel à vocation agricole	Village en voie de banlieurisation	Village ou zone à forte présence de résidences secondaires	Opérations ou zones d'aménagement prévues
Indices de : Densité de population														
Structure par âge														
Mouvement démographique (rythmes) croissance														
Mobilité résidentielle														
Structures socio-professionn.														
Taux d'activité														
Mobilité quotidienne de travail														
Nature dominante des activités														
Présence zone d'activité ou emprises et équipement spécifiques														
Desserte/accessibilité Transports en commun Proximité grande voirie Capacité stationn. actuelle prévue Projets voirie transports														

C - GRILLE D'APPROCHE DES CORRÉLATIONS (à titre d'exemple et de réflexion)

	Offre commerciale / Environnement proche	noyaux commerciaux: de fait (catégorie dimensionnelle) (1) type de noyau commercial (taille) (2) mature et qualité dominantes	noyaux commerciaux: concertés – existant	noyaux commerciaux: concertés – prévu	Grandes unités "isolées": existantes – [S]uper marché	Grandes unités "isolées": existantes – Hyper marché	Grandes unités "isolées": existantes – etc.	Grandes unités "isolées": prévues	Grandes unités "insérées" dans un ensemble commercial: de fait	Grandes unités "insérées" dans un ensemble commercial: concerté – existant	Grandes unités "insérées" dans un ensemble commercial: concerté – prévu
centre ville	Tissu urbain ancien										
	Tissu partiellement ou totalement rénové										
	Rénovation en cours ou prévue										
quartiers	Habitat collectif dominant										
	Habitat individuel dominant										
	Type mixte										
	Rénovation (ZOH - ZAC) faite / prévue										
	Présence zones d'activités ou emprises spécifiques										
périphéries	Lotissements isolés ou dispersés de petite taille collectif / individ.										
	Grands ensembles d'habitat collectif										
	Fortes discontinuités dans l'espace bâti. Activités, emprises diverses										
	ZAD - ZAC - ZOH - ZI										
rural	Village agricole										
	Village "banlieue"										
	Village mixte et résidences secondaires										
dessertes	Proximité voie à grande circulation										
	Proximité pt. rupture de charge transports en c.										
	Voi rie prévue										

UN EXTRAIT DE LA "WEST MIDLANDS CONURBATION MARKETING MAP "
("Geographia " LTD & London Press Exchange LTD)

Critères retenus pour hiérarchiser les noyaux commerciaux:

Grade I centres, possessing 4 of these facilities with approximate frontages

- At least 2 National Banks
- A Woolworth's store
- A large Furnishing store
- A Chain Chemists store
- A large Male Outfitters

linéaire commercial en vert

The approximate number of shops in this centre is shown in the red circle (rouge plein)

L'indication du linéaire ne peut être obtenue que par une déformation de la carte, privilégiant la voirie (type "plan de ville")

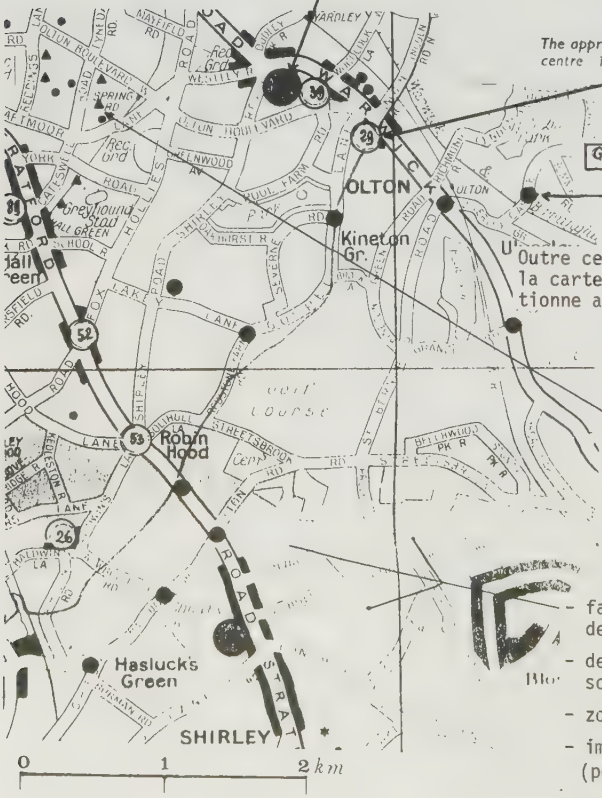
Grade II centres, with more than 25 shops, (but lacking the facilities necessary for Grade I) with approximate frontages.

The approximate number of shops in this centre is shown in the red circle (cercle blanc, cerné rouge)

NB: la taille de ces cercles n'est pas proportionnelle au nombre de magasins

Grade III small centres, having more than 10 shops

point vert



Outre ces 3 niveaux d'équipement commercial, la carte (échelle voisine du 1/36 000) mentionne aussi:

l'ampleur et la nature des emprises industrielles (teinte plate grise et signes conventionnels)

trois modes principaux d'occupation du sol par l'habitat (teintes plates du bistre au jaune)

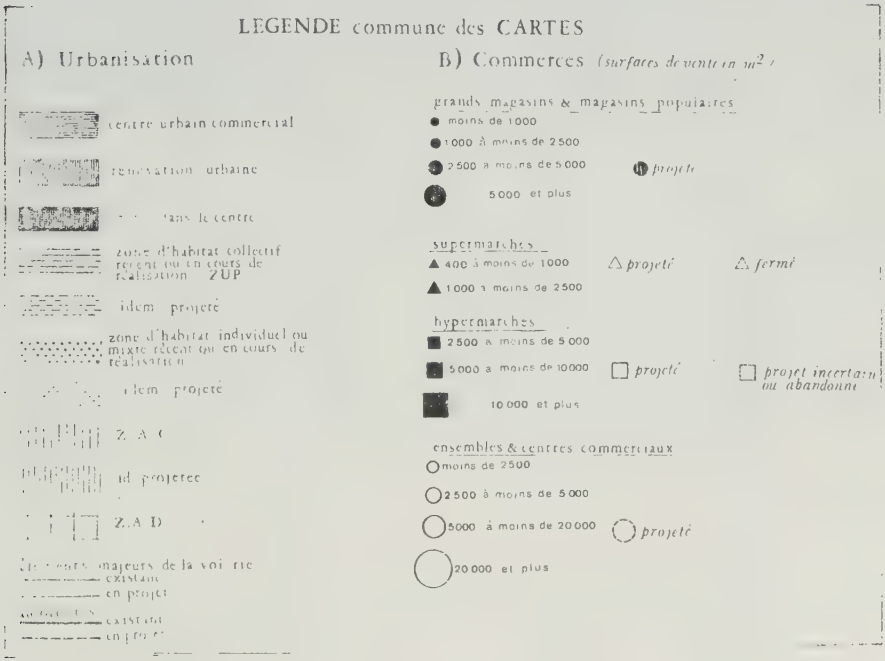
- faible densité, pavillons individuels de bonne qualité largement prédominant
- densité moyenne (maisons individuelles souvent accolées par paires)
- zones d'habitat dense et continu
- immeubles de plus de 6 étages (ponctualisés)

Extraits de L'ATLAS URBAIN DES COMMERCES DE GRANDE SURFACE EN FRANCE

(M.COQUERY, Laboratoire de Géographie Humaine, associé au CNRS, 1972)

Dans l'Atlas Urbain des commerces de grandes surfaces, les cartes ont été établies à l'échelle du 1/50 000è (fonds de carte IGN + surcharge).Pour chaque carte des agglomérations (INSEE) de plus de 50 000 habitants sont produits: un graphique évoquant l'évolution observable depuis 1960, quelques données chiffrées sur l'agglomération et son appareil commercial, et la liste des établissements commerciaux mentionnés sur la carte (numéros dans l'ordre chronologique de création).

On a donné ici , pour MARSEILLE , un exemple de ces documents : graphique, carte des établissements commerciaux et des urbanisations récentes ou projetées, liste des établissements.Pour les autres agglomérations, on a seulement produit ici les cartes. (Ces cartes, établies et dessinées par M.Coquery, ont été , ici, réduites photographiquement.)



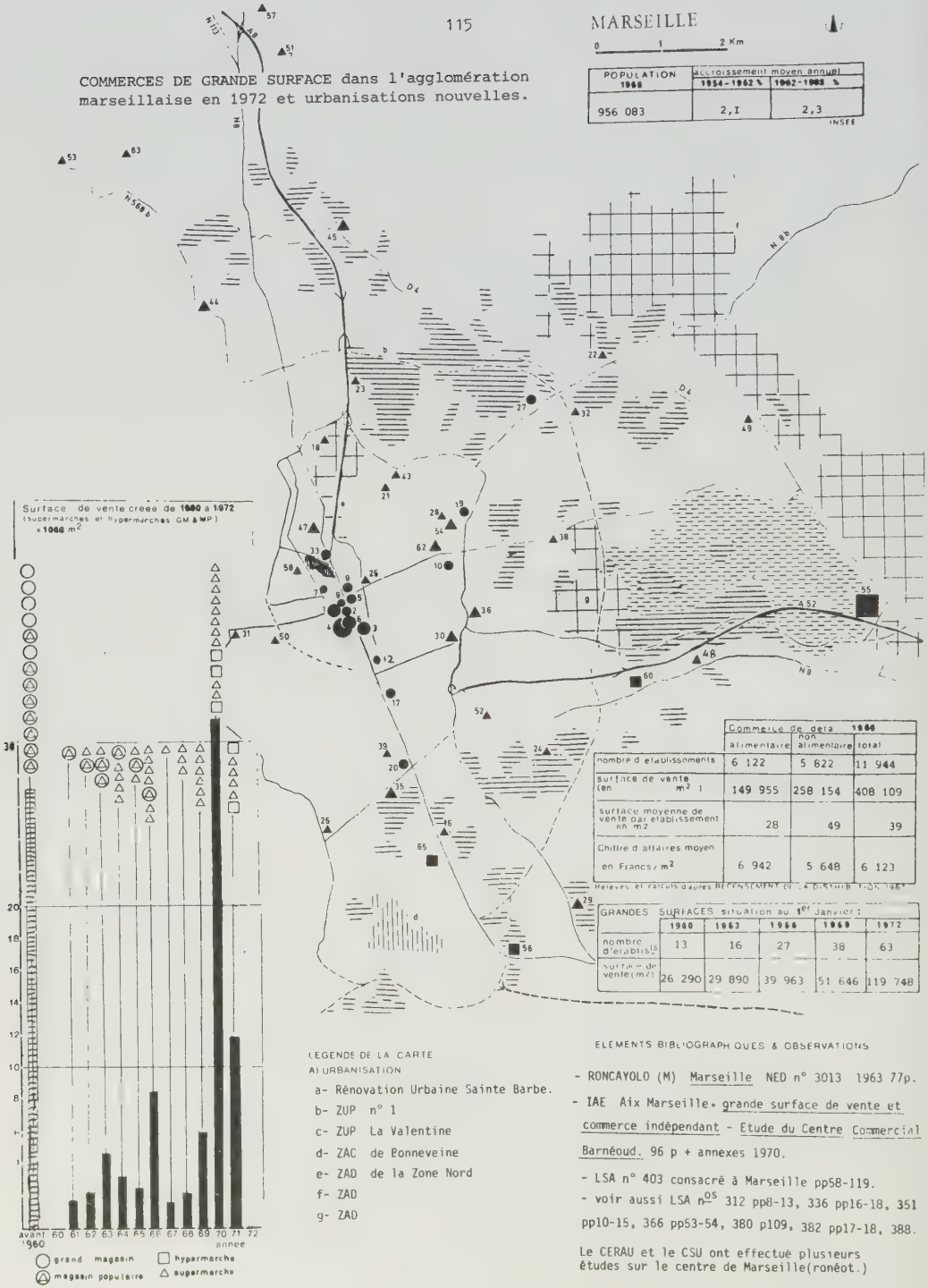
MARSEILLE

COMMERCES DE GRANDE SURFACE dans l'agglomération marseillaise en 1972 et urbanisations nouvelles.

0 1 2 Km

POPULATION 1968	accroissement moyen annuel 1954-1962 %	1962-1968 %
956 083	2,I	2,3

INSEE



	Commerce de detail 1966 alimentaire	non alimentaire	total
nombre d'établissements	6 122	5 822	11 944
surface de vente (en m²)	149 955	258 154	408 109
surface moyenne de vente par établissement en m²	28	49	39
Chiffre d'affaires moyen en Francs/m²	6 942	5 648	6 123

Relevés et calculs d'après RECENSEMENT DE L'ALIMENTATION 1966

GRANDES SURFACES situation au 1er Janvier :	1960	1963	1966	1969	1972
nombre d'établ.ts	13	16	27	38	63
Surface de vente (m²)	26 290	29 890	39 963	51 646	119 748

LEGENDE DE LA CARTE

A) URBANISATION

a- Rénovation Urbaine Sainte Barbe.

b- ZUP n° 1

c- ZUP La Valentine

d- ZAC de Ponneveine

e- ZAD de la Zone Nord

f- ZAD

g- ZAD

ELEMENTS BIBLIOGRAPHIQUES & OBSERVATIONS

- RONCAYOLO (M) Marseille NED n° 3013 1963 77p.
- IAE Aix Marseille. grande surface de vente et commerce indépendant - Etude du Centre Commercial Barnéoud. 96 p + annexes 1970.
- LSA n° 403 consacré à Marseille pp58-119.
- voir aussi LSA n°s 312 pp8-13, 336 pp16-18, 351 pp10-15, 366 pp53-54, 380 p109, 382 pp17-18, 388.

Le CERAU et le CSU ont effectué plusieurs études sur le centre de Marseille(ronéot.)

BILAN DES ETABLISSEMENTS DE GRANDE SURFACE mentionnés sur la carte

N°	Année de création	Surface de vente m2	Type	Désignation & adresse		Commune	Code groupe
1	1857	3500	GM	Magasin Général	19 rue Vacon	Marseille 1	5 113
2	1871	1250	GM	Aux Deux Frères	6 rue de Rome	" 6	5 003
3	1880	1440	GM	Paris Marseille	90 rue de Rome	" 6	5 004
4	1928	8740	GM	Aux Dames de France	40 Rue Saint Férréol	" 1	5 004
5	1938	1922	MP	BAZE	8 cours Saint Louis	" 8	5 006
6		2600	GM	Magasins Réunis	33 rue Saint Férréol	" 1	5 004
7	1945	990	MP	Prisunic	3 rue Henri Barbusse	" 1	5 003
8	1951	1008 (520)	MP	Monoprix	59 La Cannebière	" 1	5 006
9	1952	647	MP	Uniprix	2 rue de Rome	" 6	5 006
10	1952	1490	MP	Prisunic	10 rue du Maréchal Fayolle	" 4	5 003
&&	1957	(extension du précédent, qui avait 1000 m2)					
12	1957	1067 (426)	MP	BAZE	175 rue de Rome	" 6	5 006
13	1958	1000	EC	Centre Commercial Parc Barry rue Jeanne d'Arc(non mentionné sur la carte			
14	1959	1028	MP	Prisunic	140 Bd. National	" 3	5 003
15	1961	1600 (400)	MP	Prisunic	Cours Mal. Foch	Aubagne (hors carte)	5 003
16	1962	800	SM	Casino	247 Bd Michelet	Marseille 9è	3 334
17	1962	1200 (450)	MP	Prado	16 chemin du Rouet	" 6	5 004
18	1963	915	SM	Sodim	143 rue Félix Pyat	" 3	3 452
19	1963	1200 (400)	MP	Marchéco	150 avenue des Chartreux	" 4	3 454
20	1963	2368 (897)	MP	Super BAZE	258 avenue du Prado	" 8	5 006
21	1964	650	SM	Marchéco	rue Belle de Mai	" 3	3 454
22	1964	935	SM	Sodim	RN 8 Le Clos	" 13	3 452
23	1964	720	SM	Casino	Bd Moretti Quartier Saint Gabriel	" 14	3 454
24	1964	435	SM	Sodim	393 chemin de Saint Loup	" 9	3 452
25	1964	600	SM	Codec	' place des Capucines	" 1	1 016
26	1965	920	SM	Casino	avenue du Prado	" 8	3 334
27	1965	1800 (700)	MP	Parunis	55 avenue de la Rose	" 13	5 004
28	1965	450	SM	Montlaur	112 boulevard Flammarion	" 9	
29	1965	2152	EC	Centre Commercial	183 boulevard du Redon	" 9	2 114
				dont:			
	1966	1500	SM	Casino			3 334
30	1966	1361	SM	Casino	193 Bd. Baille		3 334
31	1966	870	SM	Sodim les Catalons	16 rue C.Aleman	" 7	3 452
32	1966	550	SM	Sodim HLM Frais Vallon	Chemin des Jonquilles	" 13	3 452
33	1966	1150 (500)	MP	Prado Pelletan	16 cours Pelletan		5 004
34	1966	450	SM	Sodim (rue Charras) non localisé: idem Sodim n°31)			
35	1966	1600	SM	Ecoprix	39 avenue de Mazargues	" 8	0 007

mc72

BILAN DES ETABLISSEMENTS DE GRANDE SURFACE mentionnés sur la carte

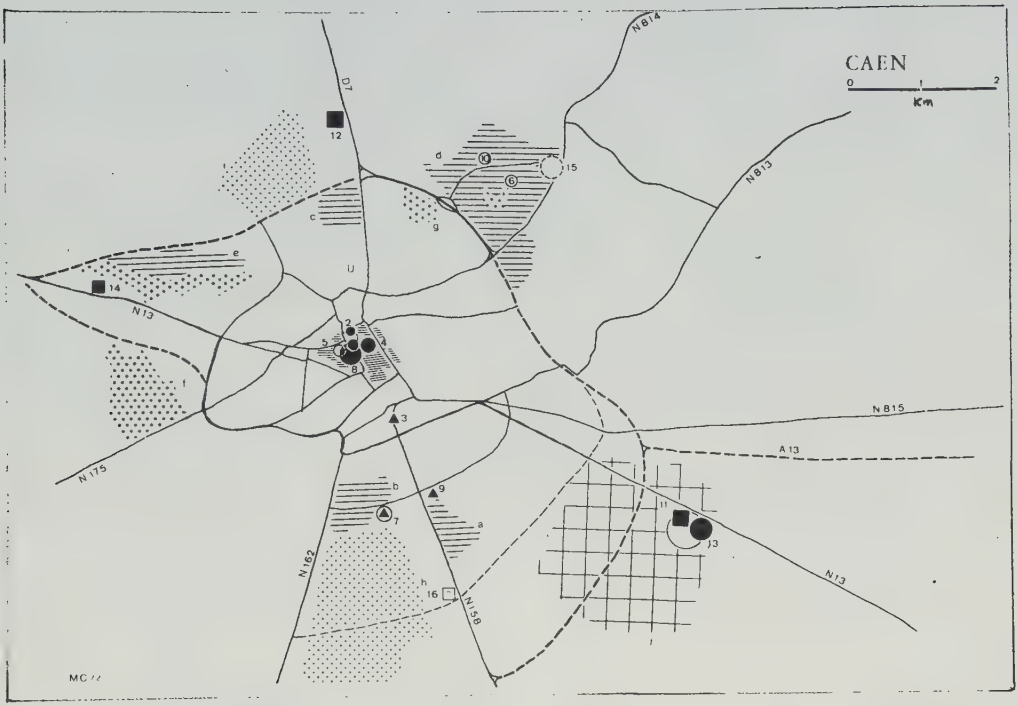
N°	Année de création	Surface de vente	Type	Désignation & adresse		Commune	Code groupe
36	1967	1500	SM	Montlaur	9 boulevard Sakakini	Marseille 4è	2 114
37	1968	1000	SM	Leclerc (non localisé) Résidence RH Barrelet		" 3	2 111
38	1968	600	SM	Unico Midi France (ex Spar) 23 rue Montaigne		" 12	1 003
39	1968	450	SM	Ecoprix	399 rue de Paradis	" 8	0 009
40	1969	1450	SM	Codec	Centre Commercial Barnéoud (hors carte)	Cabriès	1 016
41	1969	1375	SM	Sodim	N 560 (hors carte)	Aubagne	3 452
42	1969	400	SM	Coop	Cité des Cèdres (non localisé)		4 036
43	1969	600	SM	Leclerc	9 rue d'Orange	Marseille 3	2 111
44	1969	1000	SM	Leclerc	26 chemin Moulinet	" 15	2 111
45	1969	1200	SM	Sodim	Chemin de Saint Louis à St Joseph	" 14	3 452
46	1969	2500	EC	Centre Commercial Barnéoud 110 Bd. de Paris(hors carte)		Cabriès	
47	1970	1600	SM	Casino	11 boulevard de Paris	Marseille 2	3 334
48	1970	1500	SM	Una	119 Bd. Saint Loup	" 11	1 007
49	1970	900	SM	Leclerc	Chemin des Olives	" 16	2 111
50	1970	700	SM	Montlaur	45 rue Joël Recher		2 114
51	1970	450	SM	Codec	165 RN de Saint Antoine de Fabrettes	" 15	1 016
52	1970	400	SM	Una Shop 102	avenue de la Capellette	" 10	1 007
53	1970	400	SM	Unico	26 l'Estaque Plage	" 16	1 003
54	1970	2100	SM	Codec	125 avenue du Chartreux	" 4	1 016
55	1970	14552	HM	Géant Casino route de la Sablière.Quartier de la Valentine			3 334
56	1970	4600	HM	Mammouth	avenue de Lattre de Tassigny	" 9	3 149
57	1970	500	SM	Coop	Les Bourrely	" 15	4 036
58	1970	500	SM	Unico	8 grand'rue	" 2	1 003
59	1970	22000	HM	Carrefour	RN113 Quartier du Griffon(hors carte et hors agglomération INSEE)	Vitrolles	2 130
60	1971	3000	HM	Ecoprix	103 Boulevard Saint Loup	Marseille 10	0 007
61	1971	1600	SM	Shopping 13	7 cours d'Etiennes d'Orves (non localisé)		
62	1971	1500	SM	Ecoprix	4 avenue du Maréchal Foch	" 4	0 007
63	1971	850	SM	Unico	45 chemin du Passet Saint Henri	" 16	1 003
64	1971	1000	SM	Unico	Centre Commercial Sainte Marguerite(non localisé)		1 003
65	1971	3925	HM	Sodim	365 avenue de Mazargues	" 8	3 452

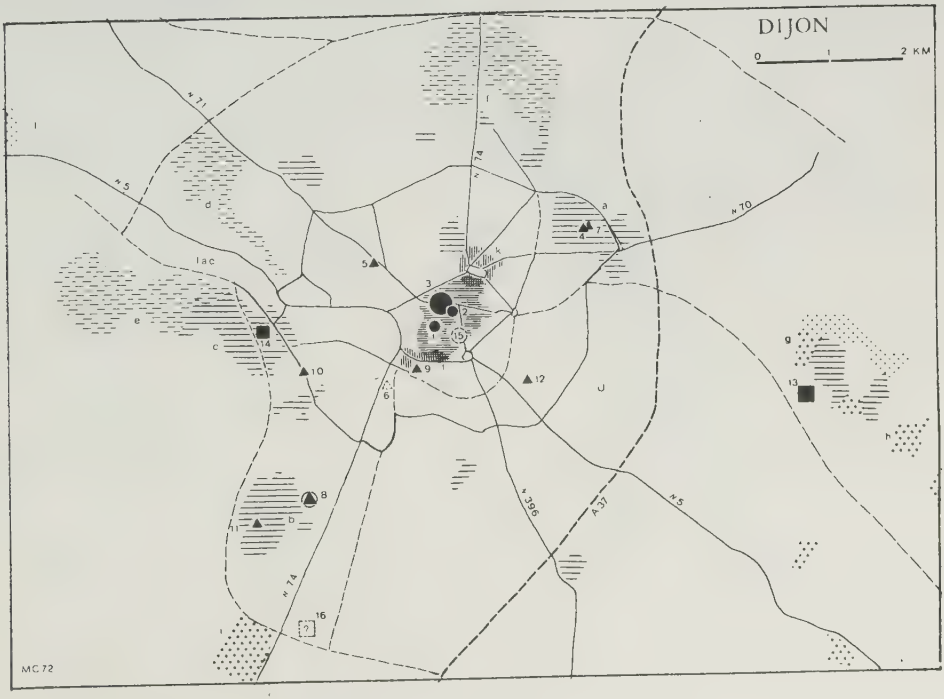
mise à jour en cours

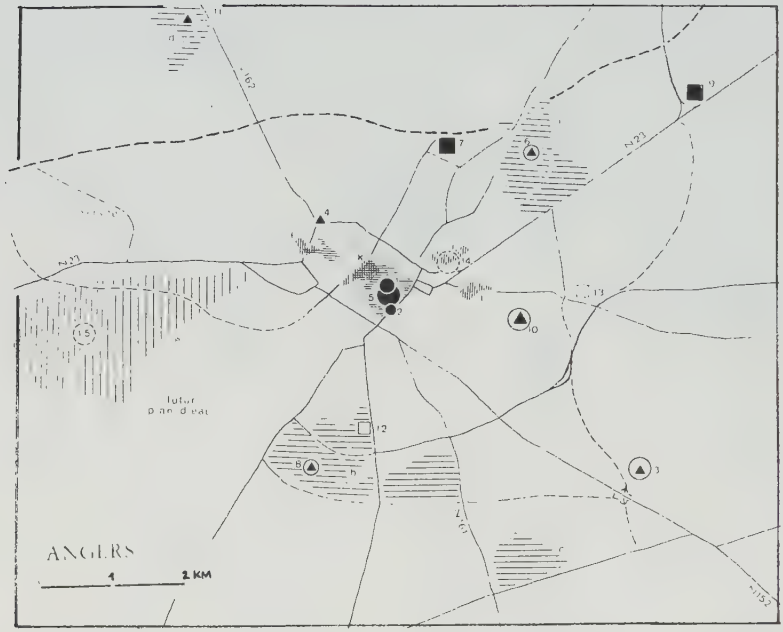
116

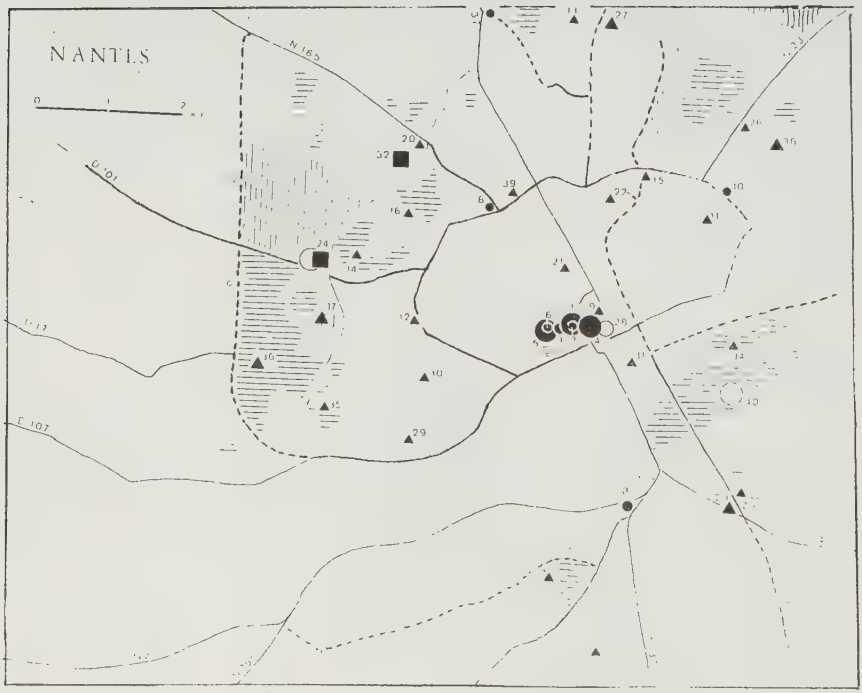
mc72

LYON
0
1
2 km
N 83
N 86
N 6
N 7
N 517
N 518
A 6
A
C
D
E
universite


CAEN
0 1 2
Km
N814
D7
N813
N13
N815
A13
N175
N162
N158
MC72


DIJON
0 1 2 KM
N71
N5
N74
N70
N396
A37
MC72


ANGERS
1
2 KM
futur
parc d'état


NANTES
N 165
E 107

EXTRAIT DE L'ATLAS COMMERCIAL DE L'ILE-DE-FRANCE AU 1/50 000

(en cours de réalisation) Exemple de légende (provisoire) et fragment de la carte de Versailles. Le recours à trois couleurs (indicatives de la nature dominante des commerces et services) n'est pas possible ici .

NODULES COMMERCIAUX

Forme et taille du nodule

- nodule de fait

  ○ de 5 à 15 établissements ou magasins

  ◯ de 16 à 30 " "

- maillage commercial

  (38) de 31 à 100 établissements ou magasins

  (167) de 101 à 200 " "

  (459) de + de 200 " "

- nodule concerté

  □ de 5 à 15 établissements ou magasins

  □ de 16 à 30 " "

  [45] de 31 à 100 " "

  [123] + de 100 " "

COMMERCES DE GRANDE SURFACE

- hypermarchés

  de 2.500 à 9.999 m2

  de + de 10.000 m2

- grands magasins

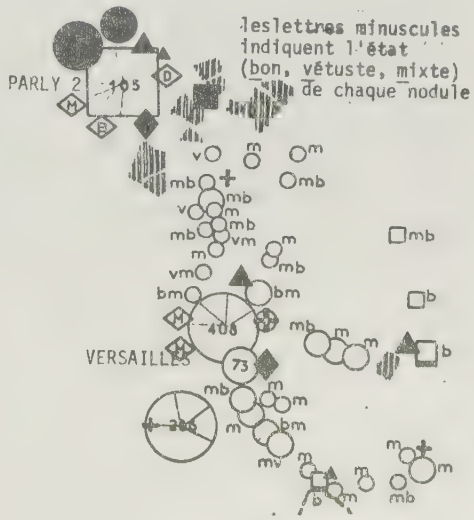
  - de 10.000 m2

  10.000 m2 et plus

SURFACES SPECIALISEES

  drugstore

  bricolage et décoration



ANNEXES DU CHAPITRE VII

FORMES ET MODALITES D'EVOLUTION DU COMMERCE DE DETAIL AU COURS DES ANNEES 60 : DES DONNEES GENERALES AUX PRATIQUES CONCRETES

TABLEAU 44 LES ÉTABLISSEMENTS INDUSTRIELS ET COMMERCIAUX EN FRANCE EN 1962 - INSEE, 1963

LISTE DES TABLEAUX UTILISABLES POUR L'ÉTUDE DU COMMERCE DE DÉTAIL

1ère partie : FRANCE ENTIERE

N° du tableau	Nomenclature 1959 activités économiques	Désignation	Observations
1	Section, groupe et rubrique (NAE 4 chiffres)	Nombre d'établissements classés d'après leur activité et leur importance (nombre d'établissements occupant n salariés).	16 tranches numériques de salariés.
2	Section et groupe (NAE 3 chiffres)	Nombre de salariés d'après l'activité et l'importance des établissements qui les emploient.	"

2ème partie : REGIONS

Une seule série de tableaux	Section et groupe (et certaines rubriques)	Nombre d'établissements selon leur activité et leur importance.	8 tranches numériques de salariés. Nombre total de salariés. Total commerce de détail distinct

3ème partie : DEPARTEMENTS

Une seule série de tableaux	Section et groupe (et certaines rubriques)	Nombre d'établissements selon leur activité et leur importance.	idem

4ème partie : AGGLOMERATIONS de plus de 50 000 h.

Une seule série de tableaux	Section et groupe (et certaines rubriques)	Nombre d'établissements selon leur activité et leur importance.	idem

N.B. Définition agglomération INSEE 1962 (liste produite des communes comprises dans chaque agglomération, de même pour l'agglomération parisienne : Seine-Paris, Seine-banlieue, Couronne urbaine, agglomération restreinte, couronne suburbaine).

INSEE, 3 VOL. 1968

LISTE DES TABLEAUX UTILISABLES POUR L'ÉTUDE DU COMMERCE DE DÉTAIL

VOL. 1 - ETABLISSEMENTS FRANCE - REGIONS - CATEGORIES DE COMMUNES OU D'AGGLOMERATION

N° du tableau	Echelle	Nomenclature 1959 activités économiques	Désignation	Observations
1	France entière	Section, groupe et rubrique (NAE 4 chiffres)	Nombre d'établissements classés d'après leur activité et leur importance (nombre d'établissements ayant n salariés).	16 tranches numériques de salariés nombre total de salariés
2	France entière	Section, groupe et rubrique	Nombre de salariés classés d'après l'activité et l'importance des établissements qui les emploient.	14 tranches numériques de salariés nombre d'établissements employant des salariés nombre total d'établissements
Un seul tableau	21 régions	Section et groupe (certaines rubriques)	Nombre d'établissements classés d'après leur activité et leur importance.	8 tranches numériques de salariés nombre total de salariés
Un seul tableau	Catégories de communes ou agglo	Section et groupe (certaines rubriques)	Nombre d'établissements classés d'après leur activité et leur importance.	8 tranches numériques de salariés nombre total de salariés 8 catégories dimensionnelles

VOL. 2 - ETABLISSEMENTS FRANCE - DEPARTEMENTS - AGGLOMERATIONS

N° du tableau	Echelle	Nomenclature 1959 activités économiques	Désignation	Observations
Un seul tableau	France	Section, groupe et rubrique.	Nombre d'établissements classés d'après leur activité et leur importance. Nombre total de salariés correspondant.	16 tranches numériques de salariés.
Un seul tableau	Départements (1)	Section, groupe et certaines rubriques.	Nombre d'établissements classés d'après leur activité et leur importance. Nombre total de salariés.	8 tranches numériques de salariés.

(1) 95 départements plus rappel ex-Seine et ex-Seine-et-Oise

Un seul tableau	Agglomérations (1)	Section, groupe et certaines rubriques.	Nombre d'établissements classés d'après leur activité et leur importance. Nombre total de salariés correspondant.	8 tranches numériques de salariés. Agglomérations de plus de 50 000 h.

(1) Définition INSEE ; liste des communes comprises dans chaque agglomération produite en annexe. Tableaux pour les agglomérations de 20 000 à moins de 50 000 h. disponibles dans chaque direction régionale de l'INSEE.

Un seul tableau	21 régions	Grands secteurs dont : ensemble du commerce de détail.	Nombre d'établissements classés d'après leur importance. Nombre total de salariés.	8 tranches numériques de salariés.

VOL. 3 - ENTREPRISES FRANCE - REGIONS

N° du tableau	Echelle	Nomenclature 1959 activités économiques	Désignation	Observations
1	France entière	Section, groupe et rubrique.	Nombre d'entreprises classées d'après leur activité et leur importance. Nombre total de salariés.	16 tranches numériques de salariés.
2	France entière	Section, groupe et rubrique.	Nombre de salariés classés d'après l'activité et l'importance des entreprises qui les emploient.	14 tranches numériques de salariés.
3	France entière	Section, groupe (certaines rubriques).	Nombre d'entreprises classés d'après leur forme juridique, leur activité et leur importance.	4 formes juridiques 8 tranches de salariés.
4	France	Section, groupe et rubrique.	Nombre d'entreprises classées d'après leur activité et le nombre de leurs établissements. Nombre d'établissements et de salariés correspondants.	6 catégories dimensionnelles.
Tableau unique	Régions	Section, groupe, (certaines rubriques).	Nombre d'entreprises classées d'après leur activité et le nombre de leurs établissements. Nombre d'établissements et de salariés correspondants.	6 catégories dimensionnelles.

T 46 LES ENTREPRISES ET ÉTABLISSEMENTS INDUSTRIELS ET COMMERCIAUX EN FRANCE EN 1971 INSEE, 3 VOL. 1974

LISTE DES TABLEAUX UTILISABLES POUR L'ÉTUDE DU COMMERCE DE DÉTAIL

VOL. 1 - LES ENTREPRISES FRANCE - REGIONS

N° du tableau	Echelle	Nomenclature 1959 activités économiques	Désignation	Observations
1	France entière	Section, groupe et rubrique (NAE 4 chiffres)	Nombre d'entreprises classées selon leur activité principale et leur importance (nombre d'entreprises ayant n salariés).	11 tranches numériques de salariés.
3	France entière	Section et groupe (NAE 3 chiffres)	Nombre d'entreprises classées selon la forme juridique, l'activité principale et l'importance.	6 formes juridiques 8 tranches numériques de salariés.
4	France entière	Section, groupe et rubrique.	Nombre d'entreprises classées selon leur activité principale et le nombre de leurs établissements.	6 catégories dimensionnelles.
5	21 régions	Section et groupe.	Nombre d'entreprises classées d'après leur activité principale et leur importance.	8 tranches numériques de salariés.
7	21 régions	Section et groupe.	Nombre d'entreprises classées d'après leur activité principale et le nombre de leurs établissements.	6 catégories dimensionnelles.

VOL. 2 - LES ETABLISSEMENTS FRANCE - REGIONS

N° du tableau	Echelle	Nomenclature 1959 activités économiques	Désignation	Observations
1	France entière	Section, groupe et rubrique.	Nombre d'établissements classés d'après leur nature, leur activité principale et leur importance.	8 tranches numériques de salariés.
3	France entière	Section et groupe.	Nombre d'établissements classés d'après la catégorie de commune de leur lieu d'implantation, leur activité principale et leur importance.	8 catégories dimensionnelles de communes. 8 tranches numériques de salariés.
7	21 régions	Section et groupe.	Nombre d'établissements classés d'après leur activité principale, leur nature et leur importance.	8 tranches numériques de salariés.

N.B. - Les tableaux France entière n° 4 (établissements selon leur importance et leur lien avec les entreprises elles-mêmes classées par importance), n° 5 (établissements d'après leur activité, leur lien et l'activité de l'entreprise), n° 6 (établissements d'après leur activité, leur importance et leur nature : ateliers, usines, magasins, bureaux, entrepôt ...) étant produits au niveau des seules sections de la NAE (2 chiffres), ne permettent pas d'isoler le commerce de détail. Même remarque pour les tableaux régionaux n° 9 et 10.

VOL. 3 - LES ETABLISSEMENTS DEPARTEMENTS

Aucune exploitation possible des tableaux départementaux, les établissements n'étant ventilés qu'en sections à 2 chiffres de la NAE.

N.B. - Aucune donnée produite à l'échelle des agglomérations urbaines de plus de 50 000 h. D'une façon plus générale, aucune donnée, dans aucun des trois volumes, sur les effectifs totaux de salariés.

T 47 EXPLOITATIONS DU FICHIER DES ÉTABLISSEMENTS ET DES ENTREPRISES PUBLIÉES PAR L'INSEE (1962 - 1966 - 1971)

LISTE DES TABLEAUX COMPARABLES (COMMERCE DE DÉTAIL)

1 - ETABLISSEMENTS

Echelle	NAE 1959	Désignation	1962	1966	1971
France entière	Section, groupe et rubrique.	Nombre d'établissements.	oui	oui	oui
		Nombre d'établissements selon leur importance (16 tranches de salariés).	oui	oui	non
		idem (8 tranches de salariés, sous réserve d'effectuer les regroupements adéquats pour 1962 et 1966).	oui	oui	oui
France entière	Section, groupe et rubrique.	Nombre de salariés d'après l'importance des établissements qui les emploient.	oui	oui	non
21 régions	Section et groupe	Nombre d'établissements selon leur importance (8 tranches de salariés).	oui	oui	oui
		Nombre de salariés.	oui	oui	non
Départements (90)	Section et groupe certaines rubriques	Nombre d'établissements selon leur importance. Nombre total de salariés.	oui	oui	non
Agglomérations de plus de 50 000 h.	Section, groupe (certaines rubriques)	Nombre d'établissements selon leur importance et nombre total de salariés.	oui	oui	non

2 - ENTREPRISES

Echelle	NAE 1959	Désignation	1962	1966	1971
France entière	Section, groupe et rubrique.	Nombre d'entreprises selon leur importance (sous réserve d'opérer, pour 1966, les regroupements adéquats de tranches de salariés).	non	oui	oui
		Nombre de salariés correspondants.	non	oui	non
France entière	Section, groupe.	Nombre d'entreprises selon leur forme juridique et leur importance (sous réserve d'opérer, pour 1966, les regroupements adéquats).	non	oui	oui
France entière	Section, groupe.	Nombre d'entreprises selon le nombre de leurs établissements.	non	oui	oui
		Nombre de salariés correspondants.	non	oui	non
21 régions	Section, groupe.	Nombre d'entreprises selon le nombre de leurs établissements.	non	oui	oui
		Nombre de salariés correspondants.	non	oui	non

On ne manquera pas de relever, malgré l'enrichissement progressif de certaines données sur les entreprises, la sensible perte d'information de 1966 à 1971 sur les établissements, les effectifs salariés, notamment à l'échelon des départements et des agglomérations urbaines.
En définitive, deux tableaux seulement peuvent être suivis de 1962 à 1971 : ceux donnant pour la France entière, d'une part, pour les 21 régions de l'autre, le nombre des établissements selon leur activité et leur taille.

TABLEAU 48 ÉVOLUTION DU COMMERCE ALIMENTAIRE EN LIBRE-SERVICE DE 1967 A 1972 SELON LA FORME D'ENTREPRISE

		Indépendants	Succursalistes	Coopératives	Grands M. M. popul.	Ensemble
1967	1	283 360	23 259	10 618	996	318 233
	2	7 211	3 611	1 123	646	12 593
	3	2,5	15,5	10,6	64,8	3,9
	4	57,2	28,7	8,9	5,1	100
	5	43,9	30,2	8,7	17,1	100
	6	23,9	37,5	2,7	35,6	100
	7	16,5	37,8	9,3	63,1	-
1972	1	230 000	24 000	11 800	1 200	269 200
	2	13 394	6 501	2 259	679	23 139 (1)
	3	5,8	27,0	21,7	56,5	8,5
	4	57,9	28,1	11,0	2,9	100
	5	48,2	30,6	9,4	10,9	100
	6	41,0	34,9	5,8	16,5	100
	7	46,8	62,7	34,3	83,8	-
1967-1972 Evolutions en %	1	- 18,9	+ 3,1	+ 11,1	+ 20,4	- 15,5
	2	+ 85,7	+ 80,0	+ 101,1	+ 5,1	+ 83,7
	3	+ 132,0	+ 74,1	+ 104,7	- 12,9	+ 117,9
	4	+ 2,2	- 2,1	+ 23,5	- 43,2	-
	5	+ 9,7	+ 1,3	+ 8,0	- 36,3	-
	6	+ 71,5	- 7,0	+ 114,8	- 53,7	-
	7	+ 183,6	+ 165,8	+ 268,8	+ 32,8	-

(1) dont 6 hypermarchés "mixtes", associant différentes formes d'entreprises

Calculs effectués d'après Statistiques IFLS

1. Nombre total d'établissements (traditionnels et en libre-service)
2. Nombre d'unités en libre-service (L.S.)
3. Magasins en L.S. en % du total
4. Part de chaque forme d'entreprise dans le total des magasins en L.S.
5. Part de chaque forme d'entreprise dans le total de la surface de vente des magasins en L.S.
6. Part des supermarchés et des hypermarchés dans la surface de vente totale des magasins en L.S.
7. Part des supermarchés et des hypermarchés dans la surface de vente totale des magasins en L.S. de chaque forme d'entreprise.

EXEMPLE DE TABLEAU TIRE DU "FICHIER PERMANENT DES GRANDS ETABLISSEMENTS COMMERCIAUX DE DETAIL" MERCURE 70. CECOD.

C E C O D
SERVICE DES
ETUDES GENERALES

M E R C U R E 7 0

PAGE : 74
HAUTE-NORMANDIE

DESIGNATION TYPE ET LOCALISATION DES EQUIPEMENTS ET DE LEUR PROMOTEUR OU SOCIETE EXPLOITANTE INDICATION DES CENTRALES	DATE D'OUVERTURE	SURFACES (EN M2) DU TERRAIN	DE UTILE	DE VENTE	DONT ALIMENTATION	DONT LOCAL VENTE	NOMBRE DE PLACES	NOMBRE DE PARKING	P.CAISSE O.	M. TO.	P. OT.	S. TI.
G R A N D E S S U R F A C E S O U V E R T E S												
27 BERNAY SUPERMARCHE MAISON JOUBERT 11 RUE LOBROT EXPLOITANT: STE JOUBERT 14 CARPIQUET MEMBRE DIFRA	10 69	3000	2000	1000	500	1	26	25	0	6	5	
27 BERNAY AMEUBLEMENT PROUET-BOUTTIER 80-69-67 RUE THIERS EXPLOITANT: MEME NOM ET MEME ADRESSE MEMBRE MOBILIER DE FRANCE	07	850	1700	1000	0	2	31		0	1		
27 EVREUX MAGASIN POPULAIRE UNIPRIX AV FRANKLIN ROOSEVELT EXPLOITANT: SARL UNIPRIX-EVREUX MEME ADRESSE MEMBRE SCA	4 62	1750	5286	1488	520	1	86			50		
27 EVREUX MAGASIN POPULAIRE UNIPRIX RUE J JAURES EXPLOITANT: MEME NOM 82 RUE BEAUBOURG PARIS 3 MEMBRE SCA MONOPRIX	05 62			1489	550		94		0	0		
27 EVREUX SUPERMARCHE CENTRE DISTRIBUTEUR EX RUE ST ANDRE LE GUISSON EXPLOITANT: EX 92 MAUCHAMPS	69			1000								
27 LOUVIERS MAGASIN POPULAIRE MONOPRIX PL ERNEST THOUL EXPLOITANT: MEME NOM 3 RUE P CEZANNE PARIS 8 MEMBRE S.C.A MONOPRIX	05 69		3669	1476	634			80	0			
27 VERNON GRAND MAGASIN EURECO PL DE GAULLE EXPLOITANT: STE COMMERCIALE DES MAGASINS DE VERNON 1 RUE AUX HUILTERS PL DE GAULLE 27 VERNON MEMBRE S.C.A ET STE FR DES NOUVELLES GALERIES	53		4900	1900	600	2	112	0	0	63		
E N S E M B L E S C O M M E R C I A U X O U V E R T S												
27 EVREUX ENSEMBLE COMMERCIAL DE LA MADELEINE PROMOTEUR: S.E.G.E.C.E. 25 AV. KLEBER PARIS 16 LOCAUX EN VENTE	2 66	1600	2400	4800	700	1	1 32	130				
27 EVREUX ENSEMBLE COMMERCIAL SAIEM D'EVREUX LA MADELEINE QUARTIER LA MADELEINE PROMOTEUR: S.C.I.C 4 PL RAOUL DAUTRY PARIS 15 LOCAUX EN LOCATION					462	00						
G R A N D E S S U R F A C E S E N P R O J E T												
27 EVREUX CARGO MAMMOUTH EXPLOITANT: COMPTOIRS MODERNES 162 BD J.J ROUSSEAU 72 LE MANS MEMBRE PARIDOC	06,70			4356	1306			900		18		
27 VERNON SUPERMARCHE SUMA EXPLOITANT: COMPTOIRS MODERNES 162 BD J J ROUSSEAU 72 LE MANS MEMBRE PARIDOC	07 70			1949	936			690		12		
G R A N D E S S U R F A C E S O U V E R T E S												
76 BOIS GUILLAUME MAGASIN POPULAIRE PRISUNIC CD 43 CV 10 EXPLOITANT PRISUNIC 102 RUE DE PROVENCE PARIS 9 MEMBRE S A P A C PRISUNIC PARIS	07 69		2300	1200	960	1	56	140	4	11	09	
76 BOIS GUILLAUME FAMIPRIX RUE DE LA REPUBLIQUE EXPLOITANT STE ESE DES SUPERMARCHES 21 BIS RUE LORD BYRON PARIS 8 MEMBRE CANAS 1 RUE TALLEYRAND 51 REIMS	07 69		2300	1200	960	1	56	140	4	11	09	
76 DIEPPE MAGASIN POPULAIRE PRISUNIC 5 ARCADE DE LA BOURSE MEMBRE SAPAC-PRISUNIC	06 34			1200				0	0			
76 DIEPPE GRAND MAGASIN AU PRINTEMPS 7 GRAND RUE MEMBRE SAPAC				1780	0	2	50	0	0			

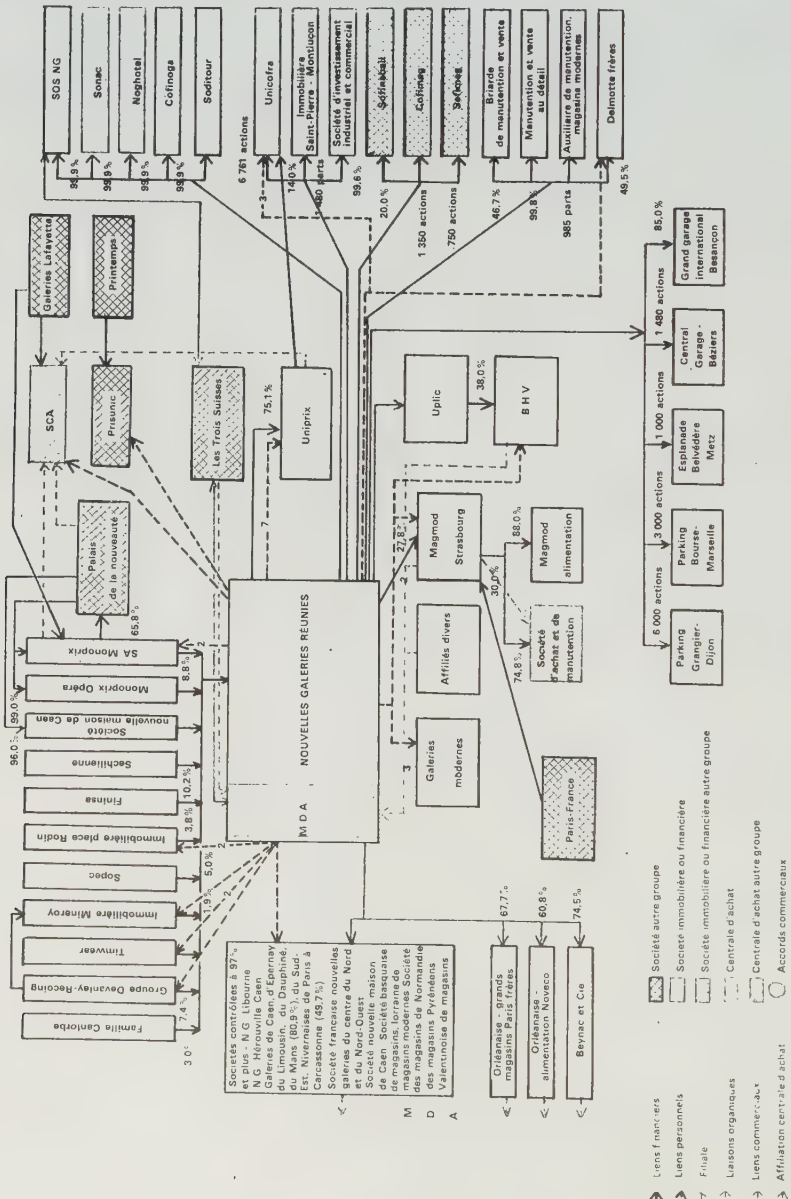
TABLEAU 49 RÉPARTITION DES MAGASINS DE BRICOLAGE SELON LE TYPE DE LOCALISATION ET LA CATÉGORIE DIMENSIONNELLE DE COMMUNE AU 1.V.1972

			Nombre de magasins	% par catégorie	% du nbre total de magasins	Surface totale (m2)	Surface moyenne par magasin	% par catégorie	% de la surface totale
Communes rurales			9	-	3.3	6 040	671	-	2.9
UNITES URBAINES	moins de 20 000 h	C	15	62.5	5.6	8 100	540	52.0	3.9
		Q	1	4.1	0.3	300	300	1.9	0.1
		P	8	33.3	2.9	7 170	896	46.0	3.4
		T	24	100	8.9	15 570	648	100	7.5
	de 20 000 à 50 000 h	C	21	53.8	7.8	12 540	597	56.5	6.0
		Q	6	15.3	2.2	3 270	545	14.7	1.5
		P	12	30.7	4.4	6 370	530	28.7	3.1
		T	39	100	14.5	22 180	568	100	10.7
	plus de 50 000 h (moins agglom. parisien)	C	54	33.9	20.1	35 510	657	29.6	17.2
		Q	28	17.6	10.4	18 855	673	15.7	9.1
		P	77	48.4	28.7	65 500	850	54.6	31.8
		T	159	100	59.3	119 865	753	100	58.1
	agglomération parisienne	C	7	18.9	2.6	12 060	1 723	28.4	5.8
		Q	9	24.3	3.3	6 937	770	16.3	3.3
		P	21	56.7	7.8	23 407	1 114	55.2	11.3
		T	37	100	13.8	42 404	1 146	100	20.5
	TOTAL unités urbaines	C	97	37.4	36.2	68 210	703	34.1	33.1
		Q	44	16.9	16.4	29 362	667	14.6	14.2
		P	118	45.5	44.0	102 447	868	51.2	49.7
		T	259	100	96.6	200 019	772	100	97.0
TOTAL GENERAL			268	-	100	206 059	769	-	100

Type de localisation : C centre ville
Q magasin de quartier
P périphérie urbaine
T total

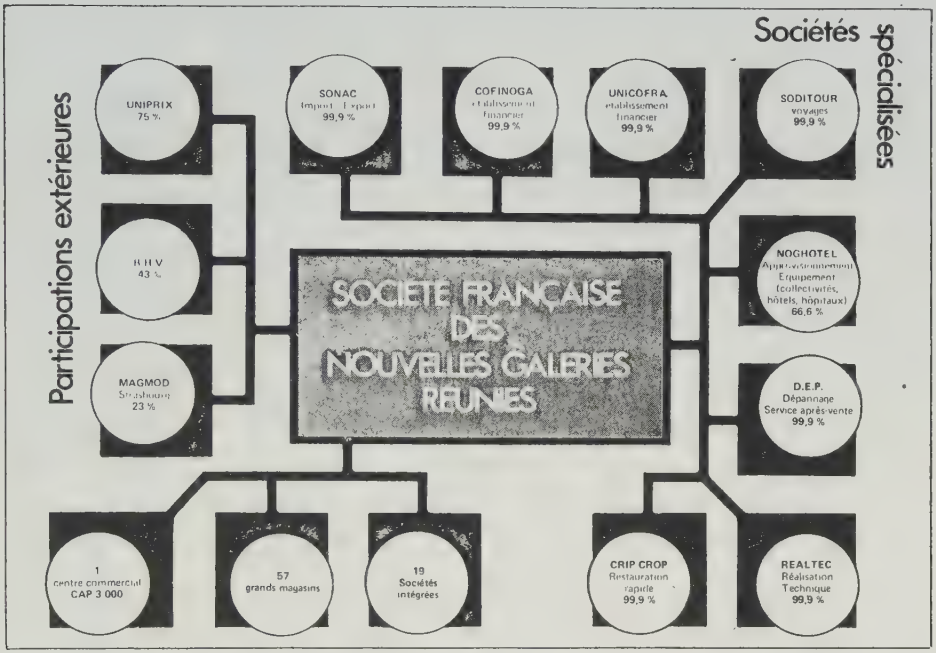
Regroupements et calculs effectués d'après le recensement produit par l'IFLS in Libre Service Actualités n° 409 - 8 juin 1972, pp. 73-92.

LA STRUCTURE DU GROUPE " SOCIETE FRANCAISE DES NOUVELLES GALERIES REUNIES"
analysée par Claude QUIN (Tableau de bord de la distribution op.cit. 1971)
(le document origine est tiré en 3 couleurs, facilitant la lecture de l'organigramme assez complexe du groupe).



LA STRUCTURE DU GROUPE "SOCIETE FRANCAISE DES NOUVELLES GALERIES REUNIES"

Organigramme simplifié diffusé par le groupe lui-même, extrait de Libre-Service Actualités n°471, du 29 novembre 1973, consacré aux N.G.



La S.F.N.G.R. exerce actuellement une **triple activité** :

a) Elle est une **Centrale d'Achats** commissionnant en tant que telle des fournitures pour ses succursales

b) Elle exploite directement ou indirectement ses **57 succursales** ;

c) Elle est une **Société Holding** :

Elle détient, à ce titre, directement ou indirectement la quasi-totalité du capital (plus de 99 %) de 17 Sociétés filiales contrôlant tout ou partie de magasins.

Elle contrôle à 100 % des Sociétés de services spécialisés :

— la SONAC, Société d'importation et d'exportation
- COFINOGA, Etablissement financier
- SODITOUR, Agence de voyages
— D.E.P., Société de dépannage et de service après-vente.
— NOGHOTEL (approvisionnement des Collectivités).

Elle possède en outre, à ce jour, de très fortes participations dans les sociétés suivantes :

— 75 % de la Société Française des Magasins Uniprix
— 43 % du Bazar de l'Hôtel de Ville (par l'intermédiaire d'une sous-filiale)
- 28 % de Magmod Strasbourg

Cet ensemble forme le réseau de distribution Nouvelles Galeries.

ANNEXES DU CHAPITRE VIII

EQUIPEMENTS DE GRANDE SURFACE ET COMMERCE DE PROXIMITE DANS LES ANNEES 70 : LA REDEFINITION DE L'ESPACE EN ECONOMIE DE MARCHE

TABLEAU 50 RÉPARTITION DES HYPERMARCHÉS SELON LEUR ENSEIGNE ET LA FORME D'ENTREPRISE EXPLOITANTE AU 1ER JUILLET 1974 (274 MAGASINS)

Source : IFLS

Forme d'entreprise / Enseignes	INDE-PENDANTS	M.A.S.	COOP	G.M. M.P.	MIXTES	TOTAL	rang
AUCHAN	11 (+7)				-	13 (+7)	5ex
BAUDISCOUNT	1					1	
CARBASSE	1					1	
CARREFOUR	18 (+4)	9 (+2)	-	-	13 (+11)	40 (+17)	2
CONTINENT	8 (+8)	(n'existait pas en 1972)			1 (+ 1)	9 (+ 9)	9 ex
CODEC 2000	2					2	
CONCORDE	2					2	
GEANT PERSO	2					2	
GEANT BIANCO	2					2	
GERIC (C.I)	1					1	
Hyper COSMOS	1					1	
Hyper 19	1					1	
INTERMARCHE	2					2	
Super C.LECLERC	12 (+8)					12 (+8)	7ex
Super C.LEMAIRE	2					2	
(Meilleur Marché)	1					1	
MIGROS	2					2	
MONTLAUR	3 (+1)					3 (+1)	16ex
MONTREAL	1 (-2)	2 (+2)				3	16ex
L'OCEAN	1					1	
RALLYE	6 (+3)					6 (+3)	12
RECORD	6 (+5)	1 (-3)		4 (+3)	1	12 (+5)	7ex
RENDEZ-VOUS	1					1	
RN 1	1					1	
LA ROCADE	2					2	
SERON F	1					1	
Super BRAND	1					1	
SUPEREST	1					1	
BAGG	(-1)	3 (+3)				3 (+2)	
DELTA		5 (+3)				5 (+3)	13
GEANT CASINO		7 (+6)				7 (+6)	11
GEM		4 (+1)				4 (+1)	14ex
GRO		2				2	
MAMMOUTH		42 (+15)			1	43	1
LA MONTAGNE		2				2	
OURAGAN		1				1	
RADAR GEANT		9 (+7)			3 (+3)	13 (+10)	5ex
MAXI RADAR		1					
SAVECO		1			1	2	
SUMA		3 (-1)				3 (-1)	16ex
SUPER SODIM		2				2	
V 2000		1				1	
ROND-POINT			19 (+12)			19 (+12)	4
HYPER INNO				1		1	
MINIFIX				4 (+3)		4 (+3)	14ex
CARGO				1		1	
SUPER 3000				1		1	
SUPER M				9 (+8)		9 (+8)	9ex
SUPER MONOPRIX				1			
EUROMARCHE	(-1)	(-3)			24 (+22)	24 (+18)	3
HY-NA					1	1	
TOTAL	98	97	19	20	45	274	

NB (les chiffres entre parenthèses indiquent la progression observée du 1.1.72 au 1.7.74 pour les principales enseignes, ou éventuellement la diminution).

TABLEAU 51 NOMBRE DE CONTRATS D'APPROVISIONNEMENT D'HYPERMARCHÉS AU 1.1.1972 ET AU 1.1.1974 SELON LA CENTRALE ET LA FORME D'ENTREPRISE

Centrales \ Forme d'entreprise		INDEPENDANTS		SUCCURSALISTES		COOPERATIVES		G.M. Mag.P.		MIXTES		TOTAL	
		72	74	72	74	72	74	72	74	72	74	72	74
Commerce associé	SAMOD	14	18	7	9	-	-	-	-	2	13	23	40
	GAGMI	14	17	13	19	-	-	1	2	1	2	29	40
	PROMODES	1	8	-	-	-	-	-	-	-	1	1	9
	SOPEGROS-AVAM	1	4	-	-	-	-	-	-	-	-	1	4
	CODEC	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	3	3
	LECLERC GALLEC	4	12	-	-	-	-	-	-	-	-	4	12
	SCAEX	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
	DIFRA	6	8	-	2	-	-	-	-	-	-	6	10
	MONTLAUR	2	3	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3
	AUCHAN	4	9	-	-	-	-	-	-	-	-	4	9
	RALLYE	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
	CAMARG.	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Ensemble centrales "indépendantes"		49	90	20	30	-	-	1	2	3	15	73 *39,8%*	138 *42,6%*
	PARIDOC	-	-	45	53	-	-	-	-	2	3	47	56
	LOCEDA	-	-	6	10	-	-	-	-	-	-	6	10
	CAMAS	-	-	2	9	-	-	-	-	-	3	2	12
	SOCADIP	1	1	3	5	-	-	-	-	2	4	6	10
	FRANCAP	1	3	2	5	-	-	-	-	-	-	3	8
	CASINO	-	-	2	6	-	-	-	-	-	-	2	6
	COMPTOIRS F.	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	2	2
	SAVECO	-	-	-	1	-	-	-	-	1	3	1	4
	SANAL ECO	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
	Docks Réunis	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Ensemble centrales succursalistes		2	4	63	92	-	-	-	-	5	13	70 *38,2%*	109 *33,6%*
COOP	SGCC	-	-	-	-	9	18	-	-	-	-	9 *4,9%*	18 *5,5%*
	SAPAC PRISUNIC	-	-	-	-	-	-	13	-	1	1	14	1
	CGS	3	2	7	10	1	-	1	9	1	3	13	24
	SCA	-	-	-	-	-	-	1	5	-	-	1	5
	INNO	-	-	-	-	-	-	1	9	-	-	1	9
	SOCAM	-	-	-	-	-	-	2	5	-	-	2	5
	Nlles GALERIES	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Ensemble centrales Grands mag. - M.P.		3	2	7	10	1	-	18	29	2	4	31 *16,9%*	45 *13,9%*
Mixtes	EURO-ACHATS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	-	15 *4,6%*
TOTAL		54	96	90	132	10	18	19	31	10	47	183 *100%*	324 *100%*
Nombre de centrales utilisées		12	15	11	13	2	1	6	6	7	10	24	29
Nombre moyen de contrats/centrale		4.5	6.4	8.1	10.1	5	18	3.1	5.1	1.4	4.7	7.6	11.1

N.B Centrale créée depuis 1972 - Centrale disparue depuis 1972
Source : IFLS

TABLEAU 52 RÉPARTITION DES HYPERMARCHÉS SELON LE TYPE D'ENTREPRISE EXPLOITANTE ET LE NOMBRE DE RATTACHEMENTS A UNE CENTRALE D'ACHAT EN 1972 ET EN 1974

Nombre de rattachements \ Forme d'entreprise			INDE-PENDANTS	SUCCURSA-LISTES	COOPE-RATIVES	G.M. et M.P.	MIXTES	TOTAL Nbre	TOTAL %
aucune centrale	1.1.72	Nbre	2					2	1.4
		%							
	1.1.74	Nbre	4					4	1.5
		%							
	1.7.74	Nbre	4					4	1.4
		%							
une centrale	1.1.72	Nbre	38	36	9	17	2	102	71.3
		%	37.5	35.2	8.8	16.6	1.9	100	
	1.1.74	Nbre	59	58	18	8	31	174	67.7
		%	33.9	33.3	10.3	4.6	17.8	100	
	1.7.74	Nbre	70	66	19	6	34	195	71.1
		%	35.9	33.8	9.7	3.1	17.4	100	
deux centrales	1.1.72	Nbre	8	26		1	4	39	27.2
		%	20.5	66.6		2.5	10.2	100	
	1.1.74	Nbre	23	38		4	9	74	28.8
		%	31.0	51.3		5.4	12.1	100	
	1.7.74	Nbre	19	31		9	11	70	25.5
		%	27.1	44.2		12.8	15.7	100	
trois centrales (x)	1.1.72	Nbre							
		%							
	1.1.74	Nbre				5		5	1.9
		%							
	1.7.74	Nbre				5		5	1.8
		%							
Total	1.1.72	Nbre	48	62	9	18	6	143	100
		%	33.5	43.5	6.2	12.5	4.2	100	
	1.1.74	Nbre	86	96	18	17	40	257	100
		%	33.4	37.3	7.0	6.6	15.5	100	
	1.7.74	Nbre	93	97	19	20	45	274	100
		%	33.9	35.4	6.9	7.3	16.4	100	

(x) Cas des hypermarchés "Super M" rattachés à trois centrales distinctes mais propres au groupe Galeries Lafayette.
Source : IFLS

TABLEAU 53 RÉPARTITION DES CONTRATS D'APPROVISIONNEMENTS DES HYPERMARCHÉS SELON LE NOMBRE DE CONTRATS PAR CENTRALE ET LA FORME D'ENTREPRISE DOMINANTE DES CENTRALES

AU 1.1.1972 ET AU 1.1.1974

Nombre de centrales \ Contrats au 1.1.72 et au 1.1.74		Nombre de contrats par centrale															
		1 à 2		3 à 4		5 à 9		10 à 14		15 à 19		20 à 29		30 et +		Total	
		72	74	72	74	72	74	72	74	72	74	72	74	72	74	72	74
Selon la forme d'entreprise à l'origine de la centrale	Indépendants	3	2	3	4	1	2	-	1	-	-	2	-	-	2	9	11
	Succursalistes	5	2	1	1	2	2	-	3	-	-	-	-	1	1	9	9
	Coopérateurs	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	1
	Magasins Populaires Grands Magasins	3	2	-	-	-	3	2	-	-	-	-	1	-	-	5	6
	Mixtes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
	TOTAL	11	6	4	5	4	7	2	4	-	2	2	1	1	3	24	28

Total regroupé	moins de 5	de 5 à moins de 20	20 et plus	
1.1.72	15	6	3	24
1.1.74	11	13	4	28

Source : IFLS

STRUCTURE DU G.A.G.M.I. à la fin des années 60

(source: C.QUIN, Tableau de bord de la Distribution Française
Tome 1. Edition de novembre 1969)

L'organisation du groupe a été par la suite assez profondément modifiée, notamment à l'issue de la prise de contrôle par la SCOA.

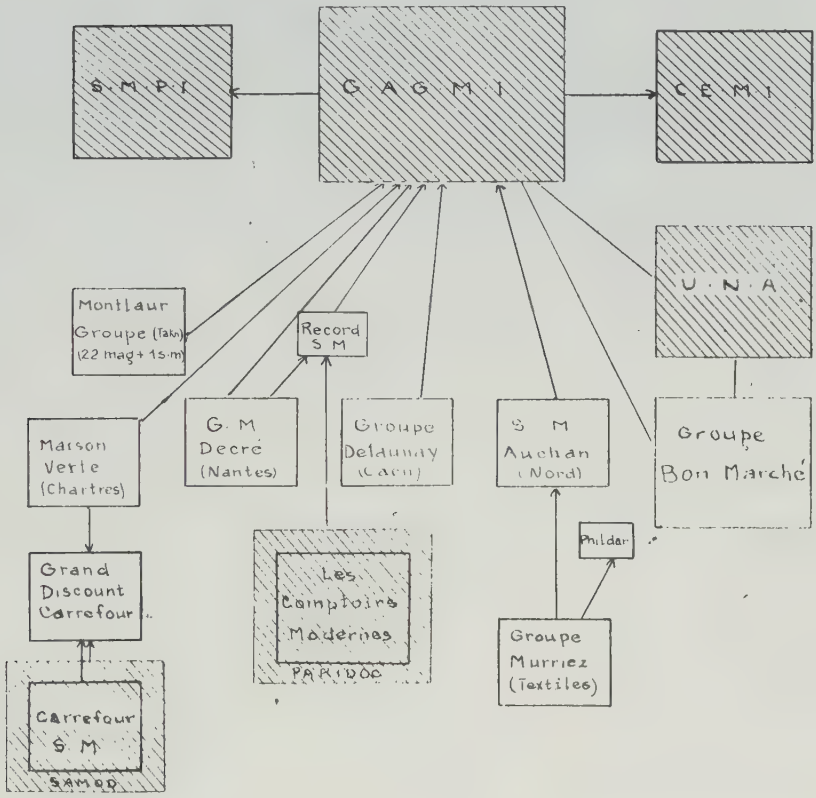


TABLEAU 54 EXEMPLE DE MOBILITÉ DES ADHÉRENTS D'UNE CENTRALE D'ACHATS (GAGMI) DE 1972 À 1974

(selon la forme d'entreprise exploitant les hypermarchés affiliés)

Forme d'entreprise		INDEPEN-DANTS	SUCCURSA-LISTES	GRANDS MAGASINS	MIXTES	TOTAL
Nombre d'affiliés au 1.1.72		14	13	1	1	29
Mouvements de l'année 1972	a - départs	5	2	-	-	7
	b - entrées	6	7	2	-	15
	c-départs + entrées (mobilité)	11	9	2	-	22
	d - solde	+ 1	+ 5	+ 2	-	+ 8
	e - stables	9	11	1	1	22
Nombre d'affiliés au 1.1.73 (b + e)		15	18	3	1	37
Mouvements de l'année 1973	a	1	0	0	-	1
	b	2	2	1	-	5
	c	3	2	1	-	6
	d	+ 1	+ 2	+ 1	-	+ 4
	e	14	18	3	1	36
Nombre d'affiliés au 1.1.74 (b + e)		16	20	4	1	41
Mouvements du 1er semestre 1974	a	3	5	-	-	8
	b	4	1	2		7
	c	7	6	2		15
	d	+ 1	- 4	+ 2		- 1
	e	13	15	4	1	33
Nombre d'affiliés au 1.7.74		17	16	6	4	40

Source : IFLS

I_m, Indice de mobilité

$$I_m = \frac{\text{Nbre de départs + Nbre d'entrées}}{\text{Nbre d'affiliés stables}} = \frac{a + b}{e}$$

$I_m = 1$ (autant de départs et d'entrées que d'affiliés stables)

$I_m = 0$ stabilité complète

$I_m > 1$ mobilité supérieure à la stabilité

$I_m < 1$ stabilité supérieure à la mobilité

Indice de mobilité selon l'année et la forme d'entreprise

Forme d'entrep. \ Date	1972	1973	1er sem. 1974
Indépendants	1.2	0.2	0.5
Succursalistes	0.8	0.1	0.4
Grands magasins	2.0	0.3	0.5
Mixtes	0.0	0.0	0.0
Ensemble	1	0.16	0.45

L'ENTREE DE LA SCOA AU GAGMI (extrait de Libre-Service Actualités n° 544 du 3 juillet 1975)

La Scoa devient leader du Gagmi

SPOT L'accord Scoa-Gagmi, selon lequel la Scoa a acquis la minorité de blocage du capital du Gagmi avec 33,4 % du capital, marque une étape dans l'évolution d'un groupement qui tout en conservant sa spécificité de groupement d'indépendants, peut envisager des perspectives de développement hors des frontières nationales.

Au début de l'année 1975, le groupe Scoa adhérait au Gagmi en affiliant à ce groupement 16 de ses 18 magasins d'Afrique (les deux autres étant l'hypermarché de Libreville M'Bolo et un magasin populaire affilié à la SCA).

Aujourd'hui, la Scoa devient le principal actionnaire du Gagmi, en s'assurant 33,4 % du capital de cette société, (soit la minorité dite de blocage) à la suite du rachat d'une partie des actions de la Société d'Etudes Decré (SED) qui conserve 7 % du capital du groupement.

Casino et le groupe Jung conservent également leur participation. On sait que pour la Scoa son capital est contrôlé pour environ un tiers par la Compagnie Générale d'Entreprise et Participation (groupe Paribas).

La prise de contrôle du Gagmi par la Scoa intervient avec divers événements, qui depuis 1973 ont transformé assez profondément les conditions d'activité du Gagmi. Les hypermarchés succursalistes Delta (Ruche Picardie) ont abandonné leur affiliation Gagmi pour une affiliation Paridoc, la société Rallye (président directeur général Jean Cam) a quitté le Gagmi pour constituer un GIE avec Montlaur. L'hypermarché Montréal de Rennes, ancien affilié Gagmi, est maintenant intégré dans ce GIE sous l'enseigne Rallye. Les Docks de France (affilié Paridoc) contrôlent maintenant les deux hypermarchés Record de Nantes et celui de La Rochelle, et Radar S.A., le Record de la Porte de Bagnolet à Paris : tous ces hypermarchés avaient été créés par le groupe Decré qui semble maintenant s'orienter plus spécialement vers l'industrie des surgelés. Enfin l'hypermarché La Montagne de Reims, passé récemment sous le contrôle de Cora, est maintenant affilié Hyper-Sélection.

Tous ces événements ont semblé indiquer pour le Gagmi un certain retour aux sources, à sa vocation initiale d'aide et d'assistance à des activités commerciales de caractère plus traditionnel.

L'accord Scoa-Gagmi introduit cependant un élément nouveau, à son sujet, nous avons recueilli auprès des dirigeants de la Scoa, Jean Plaine, directeur des magasins, et André Azoulay, directeur de l'information, les précisions suivantes.

Il est d'abord nécessaire de rappeler que Scoa a réalisé en 1974 un chiffre d'affaires de 3 milliards 900 millions de F et, compte tenu des participations, un volume d'opérations de plus de 5 milliards de F. La société qui emploie 32.000 personnes dans 28 pays développe ses activités selon trois axes :

- La production (25 % de la valeur ajoutée), qui consiste essentiellement à assurer la valorisation des matières premières par leur transformation dans des pays producteurs dans des domaines de l'agro-alimentaire, des mines (cobalt, fluorine, cuivre), de la parfumerie, du textile et des emballages métalliques et plastiques.
- Le commerce international qui, en 1974, a réalisé un chiffre d'affaires de 1 milliard 500 millions de F.
- La distribution qui concerne trois domaines : la vente des automobiles (40.000 en 1974), les biens d'équipement (concession Westinghouse pour toute l'Afrique) les magasins exploités par la société Fisuma.

Ainsi la branche magasins ne représente dans la Scoa qu'un secteur au sein d'un groupe dont les activités présentent une très grande diversification et sont ouvertes sur le monde entier.

Ouverture et adaptation à l'Afrique

La société Scoa, par sa filiale Scalinter, gère en Afrique l'hypermarché de Libreville M'Bolo, 17 magasins populaires à l'enseigne Score, et en France par sa filiale Fisuma 19 Prisunic et 2 hypermarchés Euromarché à Aix-en-Provence et Angers. La Scoa a pris la décision, en accord avec la Sapac, de passer des contrats d'adhésion au Gagmi avec effet en 1975 pour les magasins populaires africains, anciennement affiliés Sapac de sa filiale Scalinter.

La situation politico-économique en Afrique, d'une part, les conditions spécifiques d'exploitation des magasins sur le continent, d'autre part, ont constitué, les raisons majeures de ce changement d'affiliation, la politique commerciale de la Sapac conçue essentiellement pour le territoire français, ne correspondant pas exactement selon les dirigeants de la Scoa, aux données commerciales africaines.

Pour la Scoa, l'accord qui vient d'être signé avec le Gagmi s'inscrit dans ce contexte. En effet, « l'accord avec le Gagmi a une portée très précise et concerne l'approvisionnement des seuls magasins d'Afrique et, éventuellement, dans l'avenir d'autres formes de distribution, toujours sur le continent africain. Il ne touche, ni ne concerne le réseau Fisuma en France, pour lequel le statu quo est maintenu » souligne André Azoulay.

La participation de la Scoa au Gagmi a été réalisée en plein accord avec les dirigeants du Printemps et de la Sapac.

Il apparaît que la prise de participation de la Scoa dans le Gagmi répond à deux objectifs. D'une part la Scoa peut désormais participer pleinement aux activités du Gagmi et même assurer ainsi le « transfert vers l'Afrique des acquits technologiques » dont dispose le Gagmi selon l'expression de Jean Plaine.

D'autre part, le Gagmi rencontre avec la Scoa un groupe puissant, notamment sur le plan financier, avec des dimensions eurafricaines, et, pour la distribution, très prochainement internationales. En effet, la Scoa a acquis au 30 juin 1975 le réseau Olivier, qui étend ses activités dans 15 pays d'Asie. Ainsi s'ouvrent pour le Gagmi de nouvelles perspectives de développement. Le Gagmi, souhaitait trouver les moyens d'une politique de développement, tout en gardant sa spécificité de groupement d'indépendants. En fait, l'entrée en force de la Scoa au Gagmi permet d'assurer un relais à la tête du groupement, à la suite des dégagements récemment opérés par le groupe Decré, dans le domaine de la distribution, avec l'apport du réseau Olivier, notamment, qui doit devenir opérationnel le 30 juin.

Indiquons que le Gagmi conserve un nombre important d'affiliés, hypermarchés, supermarchés, Grands Magasins, magasins populaires, spécialistes divers (notamment habillement) dont plusieurs aux Antilles et en Nouvelle-Calédonie, qui continuent à faire de lui une force d'achat et de vente importante dans la distribution française, à laquelle la prise de contrôle Scoa ne peut qu'apporter des moyens nouveaux. ■

TABLEAU 54 bis ÉVOLUTION DU NOMBRE D'HYPERMARCHÉS AFFILIÉS À LA CENTRALE D'ACHAT PARIDOC DE 1970 À 1975

date	1.1.70	1.1.71	1.1.72	1.1.73	1.1.74	1.7.74	(prévision) 1.1.75
Affiliation :							
a) Paridoc seul	20	28	30	39	40	53	62
b) Paridoc + une autre centrale	3	11	15	14	15	10	10 (?)
Ensemble	23	39	45	53	55	63	72
Rapport a/b	6.6	2.5	2.0	2.7	2.6	5.3	6.2
Part des affiliés Paridoc dans le total des hypermarchés (%)	31.5	33.9	31.4	25.3	21.4	22.9	24.8
Part de Paridoc dans le total des affiliations (%)	27.7	28.4	25.1	19.8	15.8	18.2	
Part de l'enseigne "Mammouth" dans le total des hypermarchés approvisionnés par Paridoc (%)	48	59	64	66	67	68	50
idem "Mammouth" + "Suma" (%)	91	79	73	71	73	73	
Nombre d'enseignes desservies par Paridoc	4	7	7	9	7	8	11

Source : PARIDOC-IFLS

GRILLE DE CLASSEMENT UTILISEE DANS LE TABLEAU 55

(critères et cotation pondérée)

A - Critères d'offre

a) Nombre d'hypermarchés localisés dans l'agglomération (1 point par hypermarché)

b) Surface de vente (0,5 point par tranche supplémentaire de 2500 m2 au-delà du seuil minimum de définition de l'hypermarché, soit n hypermarché(s) x 2500)

c) Densité : surface de vente des hypermarchés/population de l'agglomération (0,5 point par tranche de 35 m2 au-delà de la moyenne relevée pour l'ensemble des agglomérations de plus de 50 000 habitants, qui est de 35 m2/1000 habitants).

B - Critères de commandement

d) Hypermarché contrôlé par une société domiciliée dans l'agglomération (1 point par hypermarché localisé dans l'agglomération)

e) idem (1 point par hypermarché non localisé dans l'agglomération)

f) Hypermarché partiellement contrôlé par une société domiciliée dans l'agglomération (0,5 point par hypermarché localisé dans l'agglomération)

g) idem (0,5 point par hypermarché non localisé dans l'agglomération).

TABLEAU 55 COTATION ET CLASSEMENT DES UNITÉS URBAINES SELON LES INDICATEURS CARACTÉRISANT LES HYPERMARCHÉS EN 1972 (40 agglomérations totalisant plus de 3 points)

Critères / Agglomérations	A. Critères d'offre			B. Critères de commandement				A		B		A + B	
	a	b	c	d	e	f	g	Total	Rang	Total	Rang	Total	Rang
PARIS	18	8.5	-	11	21	2	3	26.5	1	37	1	63.5	1
LILLE	6	6	0.5	6	3	-	2.5	12.5	1	11.5	2	24	2
TOURS	3	2	1	3	2	-	3.5	6	10	8.5	3	14.5	3
MARSEILLE	4	6.5	1	-	-	0.5	0.5	11.5	3	1	20	12.5	4ex
REIMS	3	2	1.5	2	4	-	-	6.5	8	6	4	12.5	"
BORDEAUX	5	3	0.5	1	-	1.5	0.5	8.5	6	3	10	11.5	6
TOULOUSE	3	5.5	1	-	-	1	-	9.5	5	1	20	10.5	7ex
LYON	3	2.5	-	1	3	-	1	5.5	13	5	5	10.5	"
ORLEANS	3	5	2.5	-	-	-	-	10.5	4	-	33	10.5	"
NANCY	3	1.5	0.5	2	2	-	0.5	5	16	4.5	6	9.5	10
MONTPELLIER	2	2	1	2	2	-	-	5	16	4	7	9	11
CAEN	3	2	1.5	2	-	-	-	6.5	8	2	16	8.5	12ex
BREST	3	1.5	1	2	1	-	-	5.5	13	3	10	8.5	"
LORIENT	2	1	1.5	2	2	-	-	4.5	22	4	7	8.5	"
STRASBOURG	3	3.5	0.5	1	-	-	-	7	7	1	20	8	15
NIMES	3	1.5	1.5	1	-	-	-	6	10	1	20	7	16ex
NANTES	3	1	0.5	2	-	-	0.5	4.5	22	2.5	15	7	"
ST-BRIEUC	2	1.5	2.5	1	-	-	-	6	10	1	20	7	"
BESANCON	1	1	1	1	3	-	-	3	31	4	7	7	"
RENNES	2	1.5	0.5	1	1	-	-	4	27	2	16	6	20ex
CHARLEVILLE	2	1	2	1	-	-	-	5	16	1	20	6	"
NIORT	2	0.5	2	1	-	-	-	4.5	22	1	20	5.5	22ex
LE MANS	1	0.5	1	-	2	0.5	0.5	2.5	34	3	10	5.5	"
VANNES	1	-	1.5	1	2	-	-	2.5	34	3	10	5.5	"
DREUX	2	0.5	3	-	-	-	-	5.5	13	-	33	5.5	"
GRENOBLE	2	1	1	1	-	-	-	4	27	1	20	5	26ex
CHATEAUROUX	2	0.5	1.5	1	-	-	-	4	27	1	20	5	"
PERPIGNAN	2	1.5	1.5	-	-	-	-	5	16	-	33	5	"
CREIL	2	1	2	-	-	-	-	5	16	-	33	5	"
AMIENS	1	0.5	0.5	1	2			2	38	3	10	5	"
MORLAIX	1	0.5	3.5	-	-	-	-	5	16	-	33	5	"
ANGERS	2	1.5	1	-	-	-	-	4.5	22	-	33	4.5	32ex
EPERNAY	2	-	2.5	-	-	-	-	4.5	22	-	33	4.5	"
EPINAL	2	-	2	-	-	-	-	4	27	-		4	34ex
NEVERS	1	0.5	1.5	-	-	0.5	0.5	3	31	1	20	4	"
MONTAUBAN	1	0.5	1.5	1	-	-	-	3	31	1	20	4	"
CLERMONT-FERR.	1	0.5	-	1	1	-	-	1.5	39	2	16	3.5	37ex
AGEN	1	-	0.5	1	1			1.5	39	2	16	3.5	"
MONT-DE-MARSAN	1	-	1.5	1				2.5	34	1	20	3.5	"
CHOLET	1	-	1.5	1	-	-	-	2.5	34	1	20	3.5	"

(agglomération soulignée : moins de 50 000 habitants (INSEE 1968)

TABLEAU 55 BIS NIVEAUX DISTINGUÉS PAR L'ANALYSE
(80 agglomérations)

(Paris : 63,5 points)

A	plus de 20 points		Lille (24)
B	de 10 à 15 points		Tours, Marseille, Reims, Bordeaux, Toulouse, Lyon, Orléans
C	de 7 à moins de 10 points		Nancy, Montpellier, Caen, Brest, Lorient, Strasbourg, Nîmes, Nantes, Saint-Brieuc, Besançon
D	de 5 à 6 points		Rennes, Charleville, Niort, Le Mans, Vannes, Dreux, Grenoble, Chateauroux, Perpignan, Creil, Amiens, Morlaix
E	de 3 à moins de 5 points		Angers, Epernay, Epinal, Nevers, Montauban, Clermont-Ferrand, Agen, Mont-de-Marsan, Cholet
			(1)
		(3)	Dijon, Hagondange-Briey, Bourges, St-Omer, Montereau
F	moins de 3 points	(2.5)	Boulogne, Aix-en-Provence, Chartres, Chatellerault, Evreux, Troyes, Sens, Angoulême, Meaux, Saint-Amand, Beauvais, Romans
		(2)	Montbéliard, La Rochelle, Maubeuge, Castres, Mâcon, Quimper, Toulon, Thionville, Limoges, Metz, Salon, Bayonne, Le Puy, Pau, Laon
		(1.5)	Valencienne, Cannes, Cambrai, Chambéry, Annecy, Montreau-les-Mines, Montluçon, Laval

(1) tableau précédent arrêté à ce niveau dans la présentation détaillée des cotations.

TABLEAU 56 ESSAI DE "CORRESPONDANCE" ARMATURE URBAINE 1964 ET NIVEAU D'ÉQUIPEMENT HYPERMARCHÉS 1972-1974

Classement au regard des critères "hypermarchés" en 1972 et 1974. Niveaux :		Niveau régional de l'armature urbaine 1964 (selon Hautreux-Rochefort)						
		Relevant de Paris (1)			Relevant de métropoles régionales (1)			Agglomérations non retenues en 1964 dans l'analyse Rochefort
		1	2	3	1	2	3	
B	1972	TOURS REIMS	ORLEANS	-	-	-	-	(1972)
	1974	TOURS REIMS	ORLEANS	-	MONTPELLIER GRENOBLE	-	-	
C	1972	CAEN	-	-	BREST MONTPELLIER	-	NIMES	LORIENT SAINT-BRIEUC BESANCON
	1974	CAEN CLERMONT F. DIJON	AMIENS	LE MANS POITIERS	BREST PAU	-	NIMES	
D	1972	-	AMIENS	LE MANS	RENNES GRENOBLE	PERPIGNAN	-	CHARLEVILLE, NIORT, VANNES, DREUX, CHATEAUROUX CREIL, MORLAIX
	1974	-	-	-	RENNES	PERPIGNAN VALENCE MULHOUSE	ANGERS ANGOULEME	
E	1972	CLERMONT F. DIJON	BOURGES	-	-	-	ANGERS	EPERNAY, EPINAL, NEVERS, MONTAUBAN, AGEN, MT-DE-MARSAN, CHOLET, H.BRIEY, ST-OMER, MONTEREAU
	1974	LIMOGES	BOURGES	-	-	LA ROCHELLE	TOULON AVIGNON	
F	1972	LIMOGES	TROYES	-	PAU	ANNECY LA ROCHELLE	ANGOULEME BAYONNE TOULON CHAMBERY	BOULOGNE, AIX, CHARTRES, EVREUX, CHATELLERAULT, SENS, MEAUX, BEAUVAIS, ST AMAND ROMANS
	1974	-	TROYES	LE HAVRE	NICE	ANNECY	BAYONNE CHAMBERY	
Agglomérations non retenues dans l'analyse "hypermarché"	1972	ROUEN	-	LE HAVRE POITIERS	NICE	VALENCE MULHOUSE	AVIGNON	
	1974	ROUEN	-	-	-	-	-	

(1) 1. Centres régionaux
2. Relais régionaux à affirmer
3. Villes possédant une fonction régionale incomplète et devant la conserver et la développer
(d'après M. ROCHEFORT 1964 op.cit)

L'EQUIPEMENT COMMERCIAL DES ENSEMBLES RESIDENTIELS
REALISATION DE CENTRES COMMERCIAUX

Compte rendu d'un stage d'orientation, de diffusion et d'enseignement des méthodes d'urbanisme et d'aménagement régional organisé à Marly-le-Roi le 20 déc. 1961 par le ministère de la Construction.

Extrait de l'exposé de M. de la Chaise, Inspecteur au ministère de la Construction

Les surfaces à envisager sont ainsi les suivantes :

Pour assurer toutes les dépenses commercialisables d'un logement, une surface de 3 m^2 environ est nécessaire, qui est à répartir entre centre secondaire et principal.

Un centre secondaire complet aura une surface de 2 m^2 environ par logement desservi, en admettant que la clientèle y effectuera les deux tiers de ses dépenses journalières (commerces courants), les autres dépenses étant effectuées dans le centre principal.

La surface du centre principal pourra varier de 1,70 m^2 à 2 ,20 m^2 environ par logement, suivant que le quart ou la moitié des logements de l'ensemble n'aura pas de centre secondaire particulier et viendra s'y approvisionner entièrement.

Ces chiffres sont des surfaces utiles de magasins et d'annexes servant de réserves. Pour connaître les surfaces totales de terrains à réserver à un centre commercial, il faut y ajouter les dépendances, voiries, parking, espaces verts, etc. , qui sont fonction du plan-masse et du parti architectural envisagés.

D'autre part, il est fondamental de souligner que ces surfaces qui ne sont que des ordres de grandeur, supposent que toutes les variétés de commerces sont représentées et que l'ensemble résidentiel vit en autonomie. (...)

Extrait de l'exposé de M.le Besnerais, directeur de la SEGECE

Le projet établi et ses moyens de financement assurés, il faut rechercher ceux qui vont s'engager dans cette aventure.

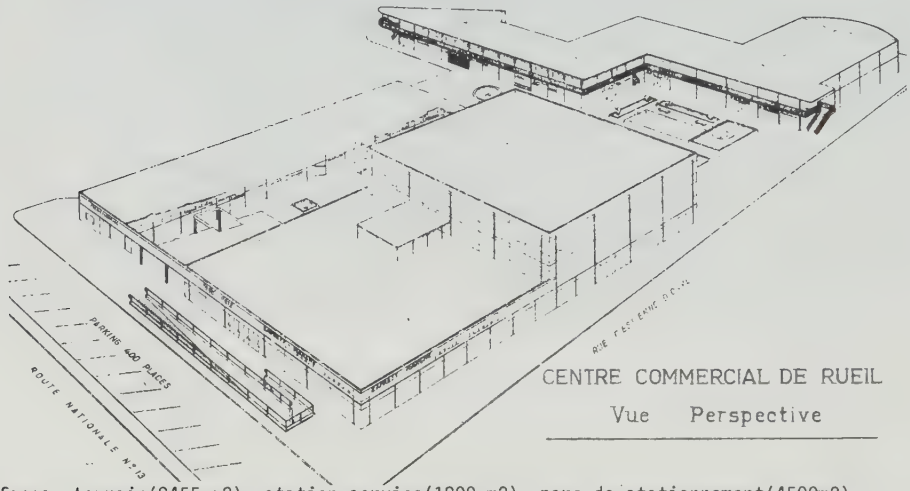
a) Car c'est une aventure risquée : La prudence et l'honnêteté veulent qu'on en informe les commerçants dès le départ alors que trop souvent une publicité tapageuse les persuade que le centre est un nouvel Eldorado. C'est d'ailleurs une aventure qui ne tente pas tellement les commerçants : on a à cet égard l'esprit faussé par les luttes que les succursalistes se font autour de n'importe quel point de vente, mais un magasin d'alimentation générale quelle que soit sa taille ce n'est pas un Centre Commercial.

b) Il faut se donner du mal pour trouver des candidats et il faut les sélectionner avec soin, car on attend d'eux qu'ils remplissent avec efficacité leur fonction économique.

Ce qui, sans doute, condamne le plus l'adjudication en matière d'attribution dans les centres commerciaux c'est qu'elle ne constitue nullement une méthode de sélection objective. (...)

Exemple de deux centres commerciaux considérés comme "modèles" en 1961

(même source que p.145)



CENTRE COMMERCIAL DE RUEIL

Vue Perspective

Surfaces: terrain(8455 m2), station-service(1800 m2), parc de stationnement(4500m2) total: 14755 m2 dont: bâtie (4000m2),plancher(8300m2) circulation piétons(3500 m2) espace vert (1000m2). Coût: 4,5 millions F(terrain compris, aménagement magasins exclu).
Composition: un grand magasin, un supermarché, 26 magasins traditionnels (loués à bail; (les exploitants ont la propriété commerciale des fonds de commerce)
Population "desservie":4250 foyers dans un rayon de 700m,26000 foyers dans un rayon de 0,6 à 5 Km. Centre inauguré en mai 1959 par le ministre de la Construction.

CENTRE COMMERCIAL "LES GRANDES TERRES" MARLY-LE-ROI

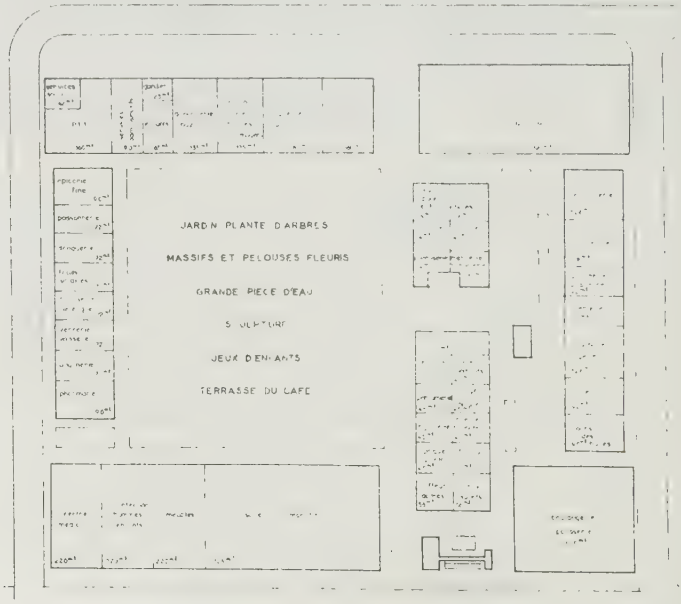
Surfaces:
au sol: 30 000 m2
construite: 5800 m2
stationnement: 250/300 places

Coût: 6 millions F

aménagement intérieur des magasins: 4 millions de F
total: 10 millions de F

un supermarché
40 boutiques et services
un cinéma, une poste

Ensemble de 1500 logements



COUT, FINANCEMENT ET MODALITES D'ATTRIBUTION DE DEUX CENTRES COMMERCIAUX REGIONAUX DE LA REGION PARISIENNE

ROSNY 2 (ouvert le 23.2.1973, construit en 20 mois)

Promoteur: SCC, Société des Centres Commerciaux (groupe Solal-Balkany,Suez)

Coût: 320 millions (promoteur: 160millions; commerçants: 160 millions)
chiffre d'affaires prévisionnel première année: 400 millions de F.

Loyers et charges:location sans droits d'entrée (pas de porte). Le loyer demandé aux commerçants comprend d'une part,un "minimum garanti de l'ordre de 400 F/m2 de surface commerciale) et d'autre part,un loyer variable indexé sur le chiffre d'affaires (5 à 6%). Les diverses charges représentent environ 80 F/m2.Les grands magasins ont été vendus à des sociétés d'investissement dépendant de groupes bancaires (SCI, SICOMI) (Cf. notre analyse de ce processus dans le chapitre IX)

Rappel des caractéristiques majeures: Terrain de 24,5 hectares, surface de plancher construite: 155 000 m2; surface commerciale: 90 000 m2; surface de vente: 65 000 m2. Parc de stationnement de 5500 places; 160 commerces et services;3000 emplois créés.

CRETEIL (ouvert le 10 septembre 1974)

Promoteur: SEGECE, Société d'Etude et de Gestion des centres d'équipement (groupe Compagnie Bancaire)

Coût: 400 millions.
dont: investissement du promoteur (terrain+bâtiment+équipements généraux) 250 millions de F
investissement des commerçants (aménagement des magasins): 150 millions
chiffre d'affaires prévisionnel de la première année: 450 millions de F

.FINANCEMENT

La construction du centre commercial régional de Créteil a été financée par la Serec, société de construction-vente, qui réunit : la Compagnie Bancaire, la Banque de Paris et des Pays-Bas, la Banque Nationale de Paris, le Crédit Commercial de France, le Crédit Lyonnais, la Société Générale, la Compagnie Française d'Epargne et de Crédit (C.F.E.C.), la Société d'Investissements Immobiliers de France (Sinvim), l'Union de Crédit pour le Bâtiment (U.C.B.), la Banque de l'Union Parisienne, la Banque Worms, la Société Privée de Gestion Financière.

La Serec a chargé la Segece d'assurer cette réalisation, dans le cadre d'une mission de maître d'ouvrage délégué.

Les acquéreurs des lots commerciaux construits par la Serec sont le Bazar de l'Hôtel de Ville, C & A, Locabail Immobilier, la Sicair, Sogebail et la Solorec.

La Solorec, propriétaire de la totalité des boutiques, est une société civile de Sicomi constituée par les neufs établissements suivants : Sicar, Soficomi, Locabail Immobilier, Interbail, Natiobail, Sliminco, Unibail, Locafinancière et Locaexpansion.

Loyers et charges:location sans droit d'entrée, selon des baux de 9 à 12 ans comprenant un " minimum garanti" de 450 F/m2 en moyenne (300 à 700 F) et un loyer variable, proportionnel au chiffre d'affaires du magasin(de 3 à 6%) . Ensemble des charges communes: environ 90 F/m2. Les grands magasins (Printemps, BHV, C&A) sont propriétaires de leur emplacement.

Rappel des caractéristiques majeures: terrain de 13,5 hectares. Surface de plancher construite: 164000 m2. Surface commerciale: 92750 m2. Surface de vente: 67 000 m2. Parc de Stationnement: 6600 places (3 niveaux).
160 commerces et services; 2000 emplois créés.

Quelques promoteurs de centres commerciaux :

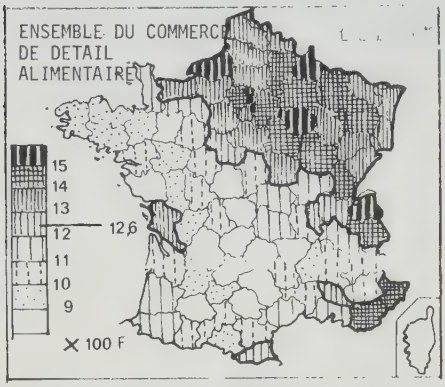
Société	Groupe de rattachement	Quelques réalisations (localisation)
A.R.I.C. Société d'Aménagement et de Réalisations Industrielles et Commerciales	Cie Financière La Hénin	Granges-Lès-Valence Chalon-sur-Saône Martigue - Albi - Tours (Petite Arche) Toulouse (Grammont) Montpellier (Pérols), Caen (Côte de Nacre), Saint-Brieuc, Montluçon (Domerat), Clermont-Ferrand (Aubière), Perpignan (Château Roussillon), Rennes (Alma)
ARLEN Shopping Centers	(USA)	en liaison avec Carrefour SA Centre de Parinor
CENCO - Conseils Techniques et promotionnels en Centres Commerciaux	société de service	Cergy-Pontoise Nancy (Saint-Sébastien) Metz (Sémécourt)
Société Auxiliaire de Centres Commerciaux SACC		
SCC - Société des Centres Commerciaux	Balkany-Suez Banque Vergnes Union des Mines	Parly 2, Vélizy 2, Grigny 2, Rosny 2, Bobigny, Evry, Les Ulis, La Part-Dieu, Saint-Sever, Rouen
SEGECE - Société d'Etude et de Gestion des Centres d'Equipement	Compagnie bancaire	Créteil, Belle Epine, Nantes (le Beaulieu) et de très nombreux centres plus petits
SERETE Aménagement	Crédit Lyonnais	Cergy-Pontoise, Paris 13e (Masséna), La Défense, forum des Halles
SOPPEC - Société de Programmation et de Placement des Equipements Commerciaux		Amiens, Aulnay-sous-Bois, Tours (Saint-Pierre-des-Corps), Fontenay-sous-Bois

ANNEXES DU CHAPITRE IX

PROPENSION A INVESTIR ET MODES DE FINANCEMENT DES ENTREPRISES : UNE APPROCHE REVELATRICE DES FACTEURS DE MUTATION DE L'APPAREIL COMMERCIAL

UN MODE D'APPREHENSION DES DEPENSES COMMERCIALISEES DES MENAGES:
le chiffre d'affaires des différentes branches du commerce de détail

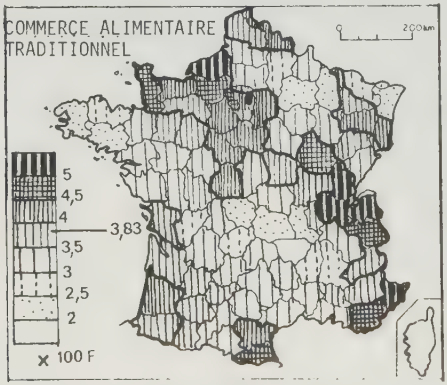
(le caractère fiscal des données ayant servi au calcul de l'indicateur entraîne une sous-estimation notoire des dépenses en valeur absolue)

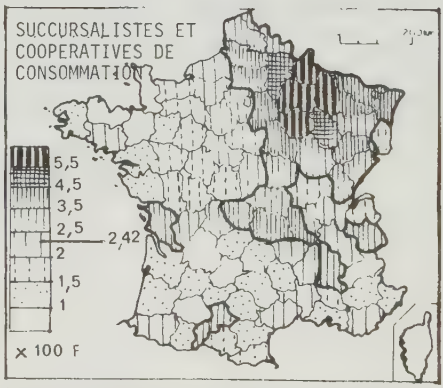


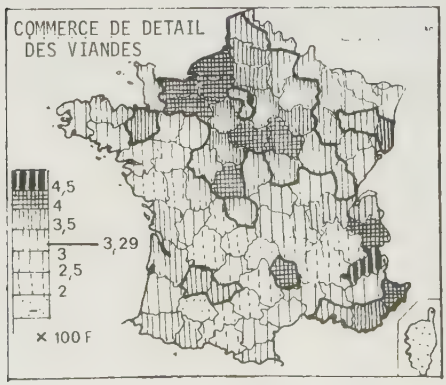
A CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE DE DETAIL ALIMENTAIRE EN 1966

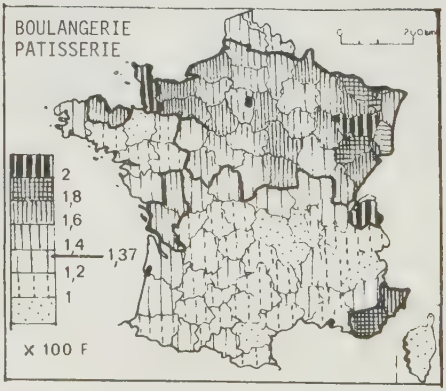
EN FRANCS PAR HABITANT

(Recensement de la Distribution)





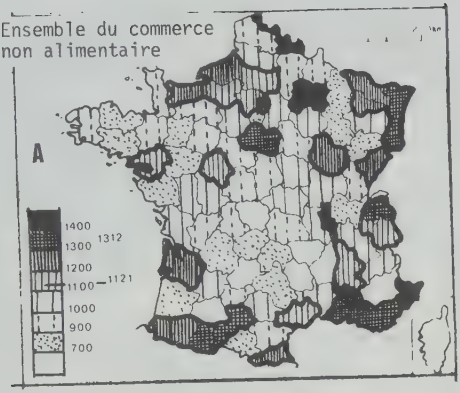


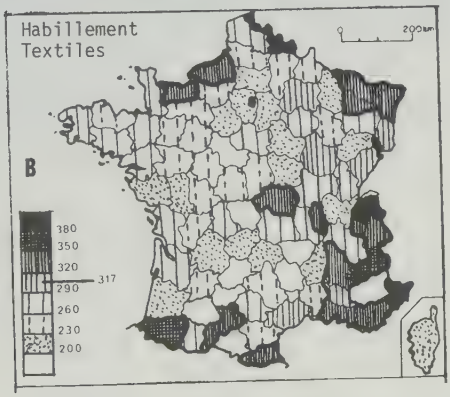


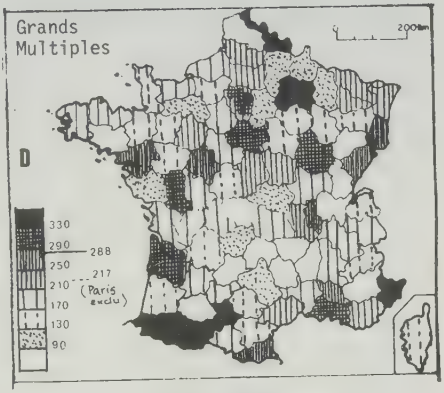
MC

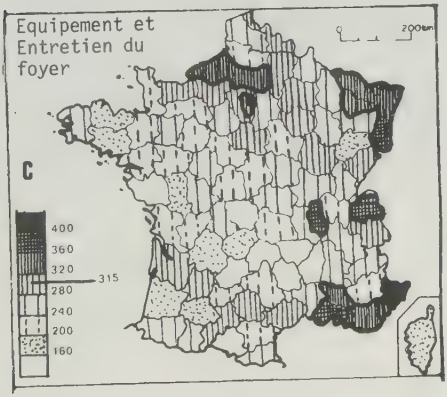
B CHIFFRE D'AFFAIRES
DU COMMERCE DE DETAIL
NON ALIMENTAIRE

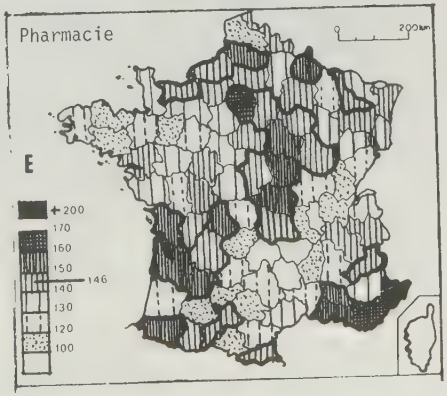
en francs/habitant en 1966











Source: Recensement de la Distribution 1967

LA PROFONDE ORIGINALITE DE LA FORMULE GENERALISEE PAR EDOUARD LECLERC A LA FIN DES ANNES 50

Extraits de l'ouvrage d'Etienne THILL : COMBAT POUR LA DISTRIBUTION Arthaud 1964, 219p.

(...) Que gagne Leclerc à donner son nom à des commerçants ? Financièrement, rien. Aucune relation d'argent n'existe entre lui et les nouveaux centres distributeurs. Il n'a pas de participation dans ces affaires, ne leur vend rien, ne touche pas de pourcentages sur leur chiffre d'affaires, ne perçoit pas de cotisations. Mieux, tous ceux qui veulent ouvrir un centre Leclerc le peuvent aux conditions suivantes :

— S'installer dans une ville de plus de 5 000 habitants ;

— Disposer d'un capital de 20 millions (anciens) pour l'achat du stock ;

— Posséder un local d'environ 200 m² pour la vente et l'entrepôt des marchandises ;

— S'engager à l'égard d'Edouard Leclerc à ne jamais prélever une marge supérieure à la marge de gros sur tous les articles vendus au consommateur.

Voici d'ailleurs le texte du contrat qui donne aux centres distributeurs le droit d'utiliser le nom de Leclerc :

Association des
Centres distributeurs
E. Leclerc,
13, rue des Capucins,
LANDERNEAU
(Nord-Finistère).

Je soussigné :
Né le :

responsable du point de vente :

sis à :

en tant que :

déclare ouvrir un Centre distributeur E. Leclerc et en être responsable devant l'Association.

Je m'engage formellement à respecter les règles des Centres distributeurs, soit :

1. *Accepter tout contrôle émanant :*
   a) *du préfet du département dont je dépends,*
   b) *des services du Contrôle économique,*
   c) *de M. E. Leclerc ou de ses mandatés.*

2. *Ne pas prélever plus de la marge de gros sur les ventes, et de façon plus précise la marge maximum de : x % (la marge s'entend calculée sur le prix de vente à partir du prix de revient franco T.T.C.).*

3. *Ne vendre que les produits de marques répandues afin que le consommateur puisse comparer facilement les prix.*

4. *Me conformer aux directives de l'Association dont je deviens adhérent.*

5. *En cas de cession de fonds, changement de gérance ou de direction, présenter un successeur qui devra souscrire aux mêmes engagements, faute de quoi le point de vente cessera immédiatement de porter l'enseigne « E. Leclerc ».*

6. *Ne pas commettre de fautes professionnelles ou commerciales pouvant causer un préjudice au centre distributeur ou à l'honorabilité de M. E. Leclerc, ce dernier se réservant le droit de retirer son enseigne si nécessaire.*

7. *Conclure ce contrat pour la même durée que les centres en fonctionnement.*

Ce « contrat moral » qui fait habituellement sourire les juristes et les hommes d'affaires est le seul lien qui unit Leclerc à ses « disciples ». C'est à tort qu'on emploie les mots « succursale » ou « filiale » pour désigner les quelque 360 centres distributeurs disséminés aujourd'hui à travers la France. Les centres sont, en effet, des entreprises autonomes financièrement indépendantes de l'affaire Leclerc de Landerneau. L'enseigne « Centre distributeur Leclerc » signifie simplement que le commerçant qui l'utilise applique les méthodes commerciales imposées par l'épicier breton.

Ce système, très souple, a ses avantages. Leclerc n'a pas besoin d'investir des capitaux pour répandre, très rapidement, sa formule dans toute la France. Il lui suffit de trouver des disciples, de sélectionner des candidats répondant aux conditions énoncées ci-dessus. Si l'épicier de Landerneau avait créé son propre réseau de succursales, il lui aurait fallu des années pour financer le lancement de nouveaux centres ; en outre, il aurait été obligé de calquer son organisation sur celle des chaînes succursalistes, c'est-à-dire de créer une lourde machine administrative, génératrice de frais généraux élevés, de l'ordre de 24 % du chiffre d'affaires. Cela, Leclerc ne le voulait à aucun prix. Son succès, il le devait au fait qu'il n'avait que 6 % de frais généraux. Augmenter ce chiffre, c'était courir au suicide.

La multiplication des entreprises adoptant sa formule et portant son nom présente d'autres avantages pour Leclerc. Il lui apparaît évident que plus les centres distributeurs seront nombreux, plus ils seront disséminés à travers la France, plus la contre-attaque du commerce traditionnel deviendra difficile. Obliger l'ennemi à se battre sur plusieurs fronts est une règle élémentaire de la stratégie militaire. Par ailleurs, estime Leclerc, plus les centres seront nombreux, plus la part qu'ils prendront dans la distribution sera grande, et moins la résistance que leur opposeront les fournisseurs sera forte.

Les inconvénients du système découlent de la nature même du lien qui unit Leclerc à ses disciples. Le contrat moral est un fil ténu, le contrôle sur les marges bénéficiaires « du préfet ou des services du Contrôle économique » qu'il prévoit est en grande partie illusoire. Leclerc lui-même ne peut avoir les yeux partout et il arrive que ses disciples remontent subrepticement leurs marges pour accroître leurs bénéfices. Mais l'épicier de Landerneau estime qu'il n'a pas besoin d'effectuer des contrôles fréquents. « Ceux qui ne jouent pas la règle du jeu, dit-il, s'éliminent d'eux-mêmes. Ma formule ne réussit pas aux tricheurs. Celui qui essaie de grignoter quelques sous de bénéfice supplémentaire en vendant plus cher qu'il ne le doit est un imbécile. Il n'a rien compris à la distribution de masse ; le volume de ses ventes stagnera, baissera, et finalement il sera balayé par sa propre bêtise. Le succès d'un centre est directement proportionnel à l'agressivité de sa politique de prix. »

Parce qu'ils vendaient trop cher, certains centres (Le Mans, Valenciennes, Bordeaux) ont dû fermer leurs portes. D'autres végètent, comme celui de Marseille...

LA POURSUITE DU "COMBAT" D'EDOUARD LECLERC AU DEBUT DES ANNEES 70
(extraits de l'interview publié dans L.S.A. n°371 du 2.9.1971)

LSA - Edouard Leclerc, il y a 23 ans bientôt vous êtes entré en « épicerie » comme on entre en religion. La foi forcenée que vous avez placée dans ce « combat pour la distribution » ne s'est-elle pas émoussée au fil de certaines déceptions dont vous ne faites d'ailleurs pas mystère ?

Edouard Leclerc - Il est certain que les adversaires que mon action a parfois provoqués se réjouiraient de publier mon certificat de décès... « Leclerc est mort, fichu ! on n'en parle plus, il a fait long feu, n'a pas su prendre le virage etc.

Vous constaterez cependant que je suis en pleine forme, plus décidé que jamais à continuer le combat.

Trente à quarante procès de tous ordres m'ont retardé c'est évident, mais ces procès pour moi... sont aussi un mode d'action...

J'ai été déçu, c'est vrai... j'ai été trahi, c'est vrai... je viens de traverser deux années pénibles (ma traversée du désert), c'est encore vrai... mais Edouard Leclerc et l'ensemble du mouvement Leclerc... le vrai, sortent de ces épreuves totalement régénérés.

La crise étant passée, j'en parle très détendu mais preuves à l'appui et, croyez-moi, j'en ai.

On a voulu en dehors de moi s'approprier le pannonceau Leclerc ; créer une banque d'investissements qui ferait appel à des fonds publics toujours sous la façade Edouard Leclerc ; créer une société immobilière ; créer des sociétés publicitaires et de gestion si bien que tous les centres Leclerc auraient dû abandonner 35 % de leurs parts en nue propriété gratuitement à la Centrale Nationale.

Vous vous en doutez, ce n'était absolument pas mon point de vue d'autant plus que j'ai soumis ce projet de holding qui m'était imposé à plusieurs inspecteurs des finances. Tous m'ont mis en garde devant les conséquences d'une telle entreprise et m'ont conseillé de tenir bon même si cela devait provoquer une rupture.

La rupture s'est produite, non pas que j'ai présenté un ultimatum... c'est faux, mais il fallait bien admettre que je ne me soumettrais pas et ne me démettrais pas non plus.

J'ai accepté, encaissé dans le silence beaucoup de vilenies. On m'a fait passer pour fou, pour un autonomiste breton, pour un agitateur dangereusement subversif.

J'ai été amené à porter plainte contre qui vous savez... pour abus de biens sociaux et abus de confiance.

Mon tort est de ne pas avoir voulu d'une centrale napoléonnienne. Les transfuges pensaient qu'une centrale forte serait plus efficace que des unités de vente très développées. Je ne pense vraiment pas que l'enrichissement d'une centrale soit plus important que celui des unités de vente et comme poursuivre ces deux buts me semble très utopique...

Priorité aux magasins

Je pense moi, et je me battrai pour ça, que c'est le magasin de vente qui doit l'emporter, que c'est lui qui prime tout. La Centrale n'est qu'un moyen, qui doit disparaître si cela est nécessaire. Admettons une fois pour toutes que le role d'une Centrale ne peut que s'amenuiser au fur et à mesure de l'agrandissement des magasins de vente et c'est bien notre cas.

LSA - Où en est le mouvement Leclerc ?

E.L. - Les orthodoxes se portent bien, ils ont même fait école.

Au moment de la rupture 95 centres Leclerc ont suivi le chant des sirènes « EX » ; 25 sont depuis revenus. Et nous avons ouvert notre cercle de famille ; nous ouvrons 3 grandes surfaces (SM et HM) chaque mois.

C'est le programme d'expansion que nous comptons suivre l'an prochain.

D'ailleurs, contrairement à ce qui a été annoncé, nous ne totalisons pas 109.000 m2 de surface de vente mais bien 140.000 m2.

Là encore on a un malin plaisir à faire croire que tout ce qui avait existé à la grande époque Leclerc avait disparu, que le mouvement se désagrégeait, s'émiéttait. (...)

LSA - Existe-t-il un « système » Leclerc ?

E.L. - Il n'y a pas de système Leclerc, il y a par contre une certaine philosophie dont je n'ai d'ailleurs pas la prétention de détenir le monopole.

Cette philosophie, je la dois à ma formation sacerdotale ; j'ai été ouvert par mes éducateurs (les prêtres du Sacré Cœur) à tout ce qui était création. Mon opinion philosophique était « qu'il valait mieux être... que posséder ».

Les risques étaient nuls : appartenant à une famille de 15 enfants, je ne possédais rien si ce n'est une certaine ambition sociale.

(...) Je savais que les meilleures chances pour faire passer mes idées résidaient dans la provocation. Oui j'ai entrepris des actions très violentes, oui j'ai choqué, oui j'ai rédigé des tracts tonitruants. Grâce à ce mode d'action mes idées revenaient en retour pensées par d'autres et elles étaient alors acceptées.

Je crois avoir réussi par mon action à créer une chambre de réflexion. Il me fallait trouver des adeptes. Or on ne peut pas faire passer un message, une doctrine, sans provoquer un élan de sympathie, sans soulever un intérêt.

Les centres Leclerc intéressent des hommes dynamiques et valables car la profession de distribution paye très largement quand elle est bien exercée. Sachez qu'un bon centre Leclerc réalisant un chiffre d'affaires annuel de 25 à 30 millions de francs peut gagner aisément 400.000 F. par an. (...)

Ce qui m'intéresse c'est l'aspect créateur que chaque candidat Leclerc possède en lui et le dynamisme qu'il peut apporter dans le groupe.

Car chez nous on reçoit beaucoup mais on donne également beaucoup en échange.

Nous avons très peu d'échecs, 1 à 2 % au maximum, à part la dernière cassure que je considère plutôt comme un « nettoyage ».

D'anciens Leclerc nous ont quittés très correctement, ils ont remarquablement réussi sous leur propre fanion mais en gardant nos grands principes de base. Je m'en réjouis d'ailleurs bien sincèrement.

Je laisse la liberté aux adhérents. Je ne veux pas de contrat, je ne veux pas commercialiser mon sigle qui est valorisé pourtant par une très grande capitalisation publicitaire, je ne « franchise » pas. J'aime que mes amis et moi puissions nous regarder bien en face. Je peux ainsi leur dire plus facilement tout ce que j'ai à leur dire. Je ne veux surtout pas leur attacher un fil à la patte pour qu'ils restent Leclerc.

(...) - Pour moi, le vrai discount ne peut réussir que s'il est l'œuvre d'indépendants. Il faut que le meneur de jeu ait tous les pouvoirs, tous les leviers de commande bien en mains.

Or, dans un hypermarché intégré nous trouvons à la tête un salarié hautement appointé dans certains cas (15 à 20.000 F. par mois) mais quand même un salarié.

Ce directeur dépend d'un système, d'une hiérarchie, d'une technostructure souvent lourde et coûteuse. Il n'a pas toujours la possibilité de décider à tout moment, il doit attendre les instructions suivant les informations qu'il a lui même transmises à sa direction. (...)

TABLEAU 57

INSEE - RECENSEMENT DE LA DISTRIBUTION
TABLEAUX UTILISÉS POUR L'ÉTUDE DES INVESTISSEMENTS

		Echelon géographique		
		France	Régions	Départements
A - Entreprises				
RD1 T2	Selon l'activité détaillée (à 5 et 2 chiffres)	x		
T5 et T8	Selon l'activité (à 2 et 1 chiffres) et l'effectif occupé (8 classes)	x		
T11 et T14	Selon l'activité (à 2 et 1 chiffres) et l'importance du chiffre d'affaires (14 classes)	x		
T16	Selon l'activité (à 2 chiffres) pour les entreprises au forfait : montant des investissements selon leur destination (5 postes) et le chiffre d'affaires (14 classes)	x		
T17	idem, pour les entreprises imposées au bénéfice réel	x		
RD2 T5	Entreprises à établissement unique selon l'activité détaillée (5 et 3 chiffres) : montant des investissements	x		
T7	idem entreprises à établissements multiples	x		
T8	Entreprises inscrites au répertoire des métiers selon l'activité détaillée (5 et 3 chiffres) et le régime d'imposition (forfait bénéfice réel) : montant des investissements	x		
T11	Selon l'activité (à 3 chiffres), la forme juridique et le mode d'imposition : nombre d'entreprises ayant investi et mode d'imposition	x		
T12	Selon l'activité (à 3 chiffres) : montant et destination des investissements (5 postes)	x		
B - Etablissements				
RD1 T18	Selon l'activité (à 2 et 1 chiffres) : nombre d'établissements ayant investi	x	x	x
T19	idem : montant des investissements	x	x	x
RD2 T23	Selon l'activité (à 2 et 1 chiffres) et la classe du chiffre d'affaires (3 tranches) : nombre d'établissements ayant investi et montant des investissements	x	x	

Entreprises : 12 tableaux (France entière)
Etablissements : 3 tableaux (France entière + régions)
+ 2 tableaux (départements)

TABLEAU 58 RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS EFFECTUÉS EN 1966 PAR LE COMMERCE DE DÉTAIL SELON LA BRANCHE D'ACTIVITÉ ET LE TYPE D'ENTREPRISE (EN %)

Branche	Part des entreprises à établissement unique		Investissement des entreprises à établissement unique		Investissement des entreprises à établissements multip.		Ensemble	
	dans le total des entrepr.	dans le total des établis.	% du total de la branche	% de composition	% du total de la branche	% de composition	total branche	% de composit.
21. C. alimentaire traditionnel	99.0	97.6	88.2	25.7	11.7	6.8	100	19.4
22. C. des viandes	97.7	95.2	93.0	31.5	6.9	4.7	100	22.6
23. Boulangeries-pâtisseries	98.7	97.5	96.1	31.7	3.8	2.5	100	22.0
24. Supermarchés, supérettes	77.5	31.6	30.9	4.9	69.1	22.1	100	10.6
25. Succursalistes et coop.	0	0	0	0	100.0	63.5	100	21.1
26. Non sédentaire	99.9	99.9	98.6	5.9	1.4	0.1	100	4.0
2. Ensemble C. détail alimentaire	98.6	86.1	66.7	100.0	33.3	100.0	100	100.0
31. Pharmacie	100	100	100	11.6	0	0	100	7.7
32. Parfumerie - Santé	94.0	81.2	77.2	1.8	22.8	1.0	100	1.6
33. Habillement, textiles, cuirs	96.4	91.1	75.8	25.5	24.2	15.9	100	22.3
34. Equipement, entretien	95.4	89.3	73.2	19.5	26.8	13.9	100	17.6
35. Autres	97.9	95.4	83.0	27.1	17.0	10.8	100	21.6
36. C. multiples	73.9	50.7	26.2	10.5	73.8	58.0	100	26.6
37. Non sédentaires	99.9	99.9	99.3	3.7	0.7	0.0	100	2.4
3. Ensemble C. détail non alimentaire	97.0	93.1	66.2	100	33.8	100	100	100
2 + 3 Ensemble commerce de détail	97.8	89.4	66.4		33.6			

Calculs effectués d'après les tableaux T5 et T7 du Recensement de la Distribution (Résultats généraux définitifs Tableaux détaillés, INSEE 1971)

TABLEAU 59 INVESTISSEMENT DES ÉTABLISSEMENTS DU COMMERCE DE DÉTAIL

(France entière 1966)

Branche	% du total établissement	Etablissements ayant investi		Volume des investissements		Investiss/établis (F)		Taux d'invest. I/CA	% du CA
		% établ. de la branche	% établ. ayant investi du secteur	x 100 F	% du total	Etablis. ayant investi	Total établissement		
Alimentaire traditionnel	39.3	15.5	25.4	3 021 574	19.0	16 752	2 603	1.58	30.2
Viandes	21.4	35.2	31.1	3 551 957	22.3	16 091	5 668	2.16	26.0
Boulangeries-pâtisseries	18.3	34.2	26.0	3 934 957	24.7	21 265	7 275	5.72	10.8
Supérettes et supermarchés	0.6	59.0	1.6	2 280 839	14.3	190 069	112 190	4.22	8.5
Succursalistes et coopératives	10.9	20.9	9.5	2 472 929	15.5	34 409	7 645	2.04	19.1
Non sédentaires	9.4	15.7	6.1	632 677	3.9	14 517	2 280	1.94	5.1
Total alimentaire	100	24.0	100	15 894 933	100	22 398	5 388	2.52	100
Pharmacie	5.8	37.4	10.3	1 451 719	7.3	25 111	9 399	1.98	10.0
Parfumerie - Santé	2.6	22.7	3.5	499 337	2.5	25 168	7 115	4.29	1.6
Textile - Habillement	28.6	17.3	23.7	4 456 325	22.5	33 665	5 846	2.81	21.7
Equipement - Entretien	21.0	25.5	25.6	4 036 909	20.4	28 159	7 203	2.56	21.6
Autres	30.7	20.0	29.3	4 086 146	20.6	24 952	4 997	2.48	22.6
Multiples	0.7	49.3	1.8	4 764 318	24.1	473 119	233 659	3.31	19.8
Non sédentaires	10.4	11.1	5.5	465 897	2.3	15 116	1 678	2.54	2.5
Total non alimentaire	100	20.9	100	19 760 651	100	35 411	7 420	2.72	100
Rapport $\frac{\text{non alimentaire}}{\text{alimentaire}}$ x 100	90.2	87.0	78.6	124.3		158.0	137.7	107.9	115.1

TABLEAU 60 A PROPENSION À L''INVESTISSEMENT SELON LES BRANCHES DÉTAILLÉES DU COMMERCE DE DÉTAIL EN 1966

(Nomenclature à 3 chiffres) Branche	1	2	3
Supermarché	80.9	491.2	4.3
Supermarché succursaliste	100	9 613.7	8.4
Supérette	65.2	75.9	3.9
Supérette succursaliste	80.0	1 726.0	3.2
Alimentation générale	15.0	2.3	1.5
Succursaliste alimentaire	89.3	2 323.0	2.5
Supermarché coop	60.0	62.5	1.6
Supérette coop	77.8	76.4	2.9
Coop. supérette succursaliste	100	8 459.1	2.7
Coop. alimentation générale	27.0	4.2	0.7
Coop. alimentation succursaliste	96.7	1 352.8	2.0
Beurre-Oeufs-Fromages (B.O.F.)	19.3	3.5	1.4
Viandes	36.0	5.8	2.1
Poisson	21.7	4.1	2.5
Fruits et légumes	10.9	2.4	1.8
Boissons	16.9	5.9	2.2
Confiseries-pâtisseries	16.3	3.6	4.1
Grands magasins	93.1	1 826.6	3.4
Magasins populaires	87.3	413.7	3.0
Bazars	29.2	56.2	3.2
Petits multiples	15.3	2.9	1.8
Quincaillerie	24.1	5.2	2.0
Matériel électrique, électro-ménager	38.7	10.0	2.4
Habillement, tissus, mercerie	17.5	5.7	2.7
Chaussure	17.1	5.9	2.5
Céramique, verre	23.4	5.5	2.8
Droguerie	17.4	3.0	2.0
Meuble	37.0	17.2	6.0
Livres, papier, journaux	18.0	4.5	2.2
Horlogerie-bijouterie	20.4	4.4	2.7
Total	23.5	9.1	2.2

1. Proportion d'entreprises ayant investi (%)
2. Investissement moyen par entreprise (x 1 000 F)
3. Taux d'investissement pour l'ensemble des entreprises (I/CA x 100)

N.B. - Ces données ne peuvent être assimilées aux caractéristiques d'entreprise moyenne de chaque branche : il ne s'agit pas de la moyenne de ratios individuels des entreprises mais de ratio de moyenne rapporté à l'ensemble des entreprises.
Exhaustif sur toutes les entreprises, quels que soient modes d'imposition et forme juridique.

Source : RD 1967

60 B

(Nomenclature à 2 chiffres)	Branche	1	2	3
Alimentation générale	T	15.3	2.2	1.30
	BR	40.5	8.5	1.65
Viandes	T	35.6	5.2	1.88
	BR	58.4	11.3	1.95
Boulangeries-Pâtisseries	T	32.5	6.2	4.76
	BR	59.2	13.4	4.95
Supermarchés et supérettes	T	66.4	164.6	3.64
	BR	78.7	211.4	3.69
Succursalistes et coopératives	T	74.8	1 345.9	2.33
	BR	81.7	1 469.4	2.33
Non sédentaires	T	15.1	1.7	1.48
	BR	42.4	5.4	1.06
Total alimentaire	T	23.8	5.5	2.19
	BR	50.7	23.0	2.32
Pharmacie	T	38.2	8.1	1.70
	BR	53.3	11.9	1.84
Santé - Parfumerie	T	28.2	5.0	2.92
	BR	48.7	11.3	3.57
Habillement - textiles	T	17.1	45.0	2.10
	BR	38.3	14.0	2.43
Equipement - entretien du foyer	T	26.1	6.6	2.18
	BR	49.6	16.7	2.20
Autres	T	19.8	4.4	2.36
	BR	43.5	16.9	2.74
Grands multiples	T	46.0	286.5	3.44
	BR	74.9	603.3	3.44
Non sédentaires	T	11.2	1.6	2.57
	BR	37.3	5.3	2.15
Total non alimentaire	T	20.9	7.0	2.44
	BR	45.2	23.8	2.69

T : total dont BR (entreprises au bénéfice réel)

TABLEAU 61 PROPENSION À L'INVESTISSEMENT DES ENTREPRISES (AU BÉNÉFICE RÉEL) SELON LEUR IMPORTANCE (TRANCHES DE CHIFFRE D'AFFAIRES)

		Tranches de chiffre d'affaires (x 1 000 F)									
		- 50	50 à - 125	125 à - 500	500 à - 1000	1000 à - 5000	5000 à - 10000	10000 à - 20000	20000 à - 50000	50 000 et plus	TOTAL
% des entreprises qui investissent (1)	A	3.8	30.6	46.1	61.6	75.6	79.7	80.9	95.8	100	50.7
	NA	13.3	22.8	38.8	57.9	74.0	85.7	93.3	98.1	94.1	45.2
	T	17.2	30.3	45.0	57.3	71.7	83.3	91.1	91.0	92.8	51.2
Investissement moyen par entreprise (2)	A		2.4	6.7	13.9	28.0	141.1	389.2	417.4	4920.0	23.0
	NA	1.6	4.5	8.4	16.5	36.6	133.7	495.5	1106.6	4413.3	23.8
	T	2.7	5.2	10.4	16.0	40.1	126.1	248.6	538.7	3020.9	32.9
Taux d'investissement (3)	A	0.18	2.67	2.31	2.07	1.67	2.15	2.92	1.43	2.73	2.32
	NA	5.20	4.91	2.93	2.37	2.00	1.91	3.55	3.56	3.07	2.69
	T	9.81	5.96	3.63	2.28	1.95	1.82	1.78	1.82	1.84	2.04

A : commerce de détail alimentaire
NA : commerce de détail non alimentaire
T : total

Source : Recensement de la Distribution 1967

(1) entreprises au bénéfice réel ayant un exercice de 12 mois
(2) investissement total/nombre d'entreprises au bénéfice réel (x 1 000 F)
(3) investissement/chiffre d'affaires x 100

TABLEAU 62 NATURE DES INVESTISSEMENTS DES ENTREPRISES SELON LA BRANCHE ET LE RÉGIME D'IMPOSITION (%)

Branche \ Investissement	Fonds de commerce supplémentaire		Terrains et bâtiments existants		Construction Aménagement		Machines et matériels		Véhicules		Total		Rapport investissement $\frac{\text{Ent. au F}}{\text{Ent. au R}} \times 100$
	F	R	F	R	F	R	F	R	F	R	F	R	
Alimentaire traditionnel	5.8	9.2	8.7	6.1	38.8	34.3	24.0	23.8	22.5	26.4	100	100	98.3
Viandes	5.5	9.9	7.3	4.0	28.1	30.4	34.8	32.2	24.1	23.4	100	100	126.3
Boulangeries-Pâtisseries	6.6	13.5	3.9	4.5	20.3	28.2	58.1	45.8	10.9	7.9	100	100	284.1
Supérettes et supermarchés	6.3	5.0	39.3	5.9	18.4	58.1	24.4	26.1	11.3	4.7	100	100	1.1
Succursalistes et coop.	-	3.3	-	18.5	16.8	41.8	68.9	28.3	14.2	7.8	100	100	0.04
Alimentaire non sédentaire	0.4	1.7	6.4	5.0	13.2	24.1	14.8	18.4	65.0	50.6	100	100	209.1
Pharmacie	0.1	0.0	11.9	10.4	68.6	59.1	10.2	17.3	8.9	13.0	100	100	34.6
Parfumerie - Santé	12.9	25.0	7.9	3.6	51.0	45.1	23.1	21.2	5.0	4.9	100	100	55.7
Habillement - Textiles	9.8	17.7	9.2	6.1	69.7	57.6	4.1	9.1	7.1	9.2	100	100	55.7
Equipement, entretien du foyer	10.2	9.9	7.7	7.5	49.3	47.7	6.9	9.9	25.7	24.7	100	100	34.9
Autres	6.1	10.3	9.6	9.6	52.9	33.9	11.4	18.8	19.7	27.2	100	100	57.7
C. multiples	14.2	1.7	9.7	10.3	58.5	64.8	9.4	21.9	8.0	1.0	100	100	0.2
Non alimentaire non sédentaire	4.5	6.2	15.9	5.6	10.3	29.4	4.3	13.8	64.7	44.8	100	100	389.5

F : entreprises au forfait
R : entreprises au bénéfice réel

Calculs effectués d'après les tableaux 16 et 17 du Recensement de la Distribution (Résultats généraux définitifs, INSEE 1970)

TABLEAU 63 , - EXEMPLES DE FINANCEMENT DE SUPERMARCHÉS

Types d'établissement	Surface (m2)				Financement de l'immobilier			
	Terrain	Annexes	Parc	Vente	Forme	Montant total (F)	Part autofin.	Loyer
A - EN TOUTE PROPRIÉTÉ								
Indépendant affilié à une chaîne G/D Ville moyenne	2078	160	1400 +1500	440	Emprunt de 550 000 F sur 10 ans (pool bancaire + organisme spéc.)	1 000 000	45 %	
Succursaliste banlieue Est de Paris	1525	710	-	815	Emprunt Crédit National + banques	2 270 000	7,5 %	
Indépendant affilié chaîne G/D petite ville	10000	300	4000	700	Transformation d'un hangar appartenant à l'exploitant. Emprunt de 90 000 F sur 12 ans au Crédit Nat.	150 000	40 %	
B - EN LOCATION								
Indépendant affilié chaîne G/D ville moyenne	3100	500	2000	600	S.C.I. Emprunt Crédit national 300 000 F	500 000	40 %	Bail 10 ans renouvelable, loyer indexé sur CA
Succursaliste ville moyenne				1250	S.C.I. Bail 25 ans			10% coût construction. Révisable.
Succursaliste ville moyenne	15000	430	12800	1176	S.C.I. créée par la Sté. Bail 12 ans renouvelable			indexé sur le CA
Succursaliste périphérie ville moyenne	1400	595		620	S.C.I. Bail 25 ans indexé	1 060 000	-	9% du capital investi (95 371F/an)
Succursaliste grande ville	1387	518	200	730	S.C.I. Bail 15 ans	880 000		88 000 F/an indexé
Succursaliste banlieue parisienne	1200	300	500	400	S.C.I. Bail 30 ans			minimum 60 000 F/an (1,25 % du CA)
Indépendant affilié à Sté coopérative de détaillants Banlieue Ouest Paris		450		450	Terrain appartenant au commerçant. S.C.I. Bail 9 ans	400 000	100 %	40 000 F/an
Indépendant affilié à chaîne G/D Petite ville		500		800	Location à un particulier. Bail 9 ans			Fixé à 0,5% du CA alimentaire + 5% du CA non alimentaire.

Financement de l'équipement			Rapport immobil. investis. total	Amortissement			Prix de revient en F/m2 SV
Forme	Montant total	Part de l'autofinancement		Immob.	aménagement	matériel	
Emprunt bancaire 120 000 F	240 000	50 %	80 %	20 ans		5 ans	2 818
Emprunt		60 %					
Emprunt Crédit Hôtelier 120 000 F	300 000	60 %	33 %	25 ans	10 ans	5 ans	643
Emprunt banques populaires 200 000 F	500 000	60 %	50 %	10 ans		7 ans	1 666
Autofinancement		100 %					
Autofinancement		100 %					
Autofinancement	565 000	100 %	65 %		8 ans		2 620
Autofinancement	828 190	100 %	51,5 %		8 ans		2 340
Leasing sur 5 ans	710 000 HT						
Création d'une S.A. au capital de 300 000 F. Emprunt de 390 000 F Caisse crédit Coop.	540 000	28 %	43 %				2 090
Emprunt de 120 000 F	190 500	37 %					

TABLEAU 64 - EXEMPLES DE FINANCEMENTS DE DIVERS AUTRES TYPES DE MAGASINS

Type d'établissement	Surface (m2)				Financement de l'immobilier			
	Terrain	Annexes	Parc	Vente	Forme	Montant (F)	Part autofin.	Loyer
A - SUPÉRETTES Indépendant affilié à chaîne G/D Banlieue Paris	1000	250	600	300	Terrain appartenant à un promoteur privé qui a construit le magasin.			Bail de 20 ans 40 000 F/an indexé sur C.A.
Indépendant affilié à Sté coop. de détaillants Banlieue parisienne		336		332	S.C.I. affiliée, au capital de 10 000 F. Emprunt de 470 000 F à caisse c. crédit coopératif.	501 000	17 %	
B - MAGASINS POPULAIRES Indépendant petite ville	6 500	1000		1000	Emprunt de 400 000 F sur 10 ans (garantie hypothécaire).	800 000	50 %	
C - HYPERMARCHÉ Indépendant ville moyenne		3000	24000	3400	Autofinancement et emprunt Crédit national dont terrain	3 500 000 (1 000 000)		(Part totale

	Financement de l'équipement			Rapport immobil./invest. total	Amortissement			Prix de revient en F/m2 SV
	Forme	montant F	Part autofi-nancem.		immob.	aménag.	matériel	
A	Emprunt de 144 000 F au Crédit hôtelier + leasing							
	Autofinancement + emprunt Crédit national	210 000	76 %	70,4 %	20 ans	7 ans	5 et 10 ans	2 141
B	Leasing sur 5 ans pour 400 000 F	1 600 000	75 %	33 %	20 ans	10 et 15 ans	5 ans	2 400
C	Autofinancement et emprunt de l'autofinancement : 73 %)	4 000 000		46,6 %	20 ans	7 ans	5 ans	2 205

Source : regroupements et calculs d'après étude de l'IFLS (op.cit)

TABLEAU 65 ÉVOLUTION DES CRÉDITS D'ÉQUIPEMENT AU COMMERCE (GROS ET DÉTAIL) SELON LES SOURCES DE FINANCEMENT (EN MILLIONS DE FRANCS ET EN INDICE 1966 = 100)

Source		CREDIT NATIONAL			CREDIT HOTE-LIER	CREDIT COOPE-RATIF	Stés CAUTION MUTUELL	TOTAL ETABL. SPEC.	MARCHE FINAN-CIER	TOTAL GENERAL
Nature (1)		MT	LT	E	LT	LT+MT	LT+MT	-	LT	-
Année 1965	F	128,7	262,2	390,0	140,6	52,4	238,9	882,9	305,6	1128,5
	I	56,9	130,9	91,6	78,4	87,8	110,4	93,3	116,1	98,5
1966	F	226,2	200,2	426,4	179,2	59,6	216,3	881,7	263,2	1144,9
	I	←			100					→
1967	F	139,3	201,6	340,9	254,7	77,2	211,3	884,3	22,9	1107,2
	I	61,5	100,6	79,9	142,0	129,5	97,6	100,2	84,6	96,7
1968	F	235,6	215,6	451,2	282,0	101,0	265,9	1100,2	452,5	1552,7
	I	104,1	107,6	105,8	157,3	169,2	122,9	124,7	171,9	135,6
1969	F	263,8	274,1	537,9	430,4	118,5	380,3	1467,3	659,2	2126,5
	I	116,6	136,8	126,1	240,1	198,6	175,7	166,4	250,4	185,7
1970	F	238,9	233,3	472,2	241,9	120,5	337,6	1172,4	812,4	1984,8
	I	105,6	116,5	110,7	134,9	201,9	156,0	132,9	308,6	173,3
1971	F	352,2	288,9	641,2	312,2	167,8	449,5	1570,9	1068,2	2639,1
	I	155,7	144,3	150,3	174,2	281,2	207,7	178,1	405,8	230,5
1972	F	410,8	502,7	913,6	472,6	196,3	489,6	2072,2	1180,0	3252,2
	I	181,6	251,0	214,2	263,6	329,0	226,2	235,0	448,3	284,0

(1) MT : moyen terme
LT : long terme
E : ensemble

F : millions de francs
I : indice

TABLEAU 66 AFFECTATION DES CRÉDITS D'ÉQUIPEMENT AU COMMERCE DE DÉTAIL ACCORDÉS PAR LE CRÉDIT NATIONAL EN 1971 ET EN 1972

Branche	Nature du crédit(1)	1971 montant (x 1000F)	1971 %	1972 montant (x 1000F)	1972 %	Evolution 1972/1971 %
Spécialisé alimentaire	LT	-	-	37 550	20.32	
	MT	4 112	1.89	29 257	13.45	6.11
	E	4 112	1.15	66 807	16.60	
Viandes	LT	-	-	-		
	MT	7 255	3.33	7 052	3.24	- 2.8
	E	7 255	2.03	7 052	1.75	- 2.8
Boulangeries	LT	-	-	-		
	MT	36 148	16.63	36 399	16.73	+ 0.6
	E	36 148	10.12	36 399	9.04	+ 0.6
Spécialisé non alimentaire	LT	26 330	18.85	17 800	9.63	- 32.3
	MT	33 485	15.41	32 728	15.05	- 2.3
	E	59 815	16.75	50 528	12.56	- 15.5
Grand commerce concentré	LT	64 700	46.33	76 280	41.28	+ 17.9
	MT	96 546	44.43	70 791	32.55	- 26.6
	E	161 246	45.17	147 071	36.56	- 8.8
Non sédentaire	LT	-	-	-		
	MT	2 208	1.01	2 293	1.05	+ 3.8
	E	2 208	0.61	2 293	0.57	+ 3.8
Santé	LT	-	-	-		
	MT	3 702	1.70	4 107	1.88	+ 10.9
	E	3 702	1.03	4 107	1.02	+ 10.9
Autres	LT	48 620	34.81	53 150	28.76	+ 9.3
	MT	33 835	15.57	34 716	15.96	+ 2.6
	E	82 455	23.10	87 866	21.84	+ 6.5
Ensemble commerce de détail	LT	139 650	100	184 780	100	+ 32.3
	MT	217 291	100	217 443	100	-
	E	356 941	100	402 223	100	+ 12.6
Part du commerce de détail dans l'ensemble des crédits au commerce	LT		48.4		36.8	
	MT		61.7		53.0	
	E		55.7		44.1	

(1) LT : long terme MT : moyen terme E : ensemble

Sources : Crédit National.

TABLEAU 67 LES PRINCIPALES SOCIÉTÉS DE PRÊT-BAIL IMMOBILIER (SICOMI) EN 1972

Désignation	Groupe de contrôle	Capital social (en millions de F)
SOGEBAIL	Société Générale	420
PRETABAIL-SICOMI	Banques Populaires Rotschild	225,5
SLIMINCO	Crédit Lyonnais	225
BAIL-INVESTISSEMENT	Suez	180
SOFICOMI	Paribas (?)	150
IMMOBANQUE	Locafrance - B. d'Indochine	80
LOCABAIL-IMMOBILIER	Compagnie Bancaire	

AUTRES SOCIETES DE PRET-BAIL

U.I.S.	Consortium de banques	171
LOCINDUS	Union Européenne - BNP AGP - Neuflize	144
INTERBAIL	Crédit Commercial de France et autres banques + Assurances	80
SILIC	I.P.C.	
IMMOBAIL-BTP		
B.I.M.P.	Banques Populaires	
...		

TABLEAU 68 ÉVOLUTION DU CRÉDIT-BAIL CONSACRÉ AU COMMERCE DE 1967 À 1973

(Montant des investissements engagés, en millions de F. Indice 100 = 1968)

Crédit-bail		1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973 *(1)*
Mobilier	Sommes		124.3	249.8	282	256	322	369.4
	Indice		100	200	227	206	259	
Immobilier	Sommes		68.3	447	600	1 371	2 802	3 200.9
	Indice		100	654	878	2 007	4 102	
TOTAL	Sommes	72.3	192.6	696.8	880	1 633	3 125	3 570.4
	Indice	37	100	361	456	847	1 622	

COMPARAISON AVEC LES CRÉDITS "CLASSIQUES" AU COMMERCE :

Montant des crédits	1 107.2	1 552.7	2 126.5	1 984.8	2 639.1	3 252.2	
Indice 100 = 1968	71	100	137	128	170	209	
Crédit-bail en % des crédits classiques	6.5	12.4	32.7	44.3	61.8	96.0	

TOTAL DES INVESTISSEMENTS DU COMMERCE (CRÉDIT-BAIL + CRÉDIT CLASSIQUE)

Sommes	1 179.5	1 745.3	2 823.3	2 864.8	4 272.1	6 377.2	
Indice 100 = 1968	67	100	161	164	244	365	

(1) Juin 1973 (situation fin décembre pour les années précédentes)

Sources : Statistiques trimestrielles du Conseil national du Crédit (commerce de détail et commerce de gros)

TABLEAU 69 ÉVOLUTION ET RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS PRODUCTIFS FINANCÉS EN CRÉDIT-BAIL DANS LE COMMERCE ALIMENTAIRE ET NON ALIMENTAIRE DE 1969 À 1973 (source : enquêtes annuelles de l'INSEE auprès des entreprises de crédit-bail)

	Année		1969			1970			1971			1972			1973		
(1)	Type de commerce		A	NA	T	A	NA	T	A	NA	T	A	NA	T	A	NA	T
IMMOBILIER	Achats de terrain	1	43.8	31.5	75.3	69.0	15.0	84.0	52.2	67.6	119.8	46.1	57.1	103.1	74.6	49.5	124.1
		2	100	100	100	157.5	47.6	111.5	119.1	214.6	159.0	105.2	181.2	136.9	170.3	157.1	164.8
		3	12.9	8.8	10.8	12.9	4.3	9.5	9.6	12.4	11.0	6.5	7.0	6.8	11.0	5.4	7.8
	Achats de bâtiments existants	1	33.0	18.8	51.8	37.0	38.0	75.0	36.8	64.2	101.0	92.5	126.7	219.2	78.4	98.9	177.3
		2	100			112.1	202.1	144.7	111.5	341.4	194.9	280.3	673.9	423.1	237.5	526.0	342.2
		3	9.7	5.2	7.4	6.9	10.9	8.5	6.8	11.7	9.2	13.2	15.6	14.5	11.6	10.8	11.1
	Construction de bâtiments génie civil	1	154.3	165.6	319.9	269.0	172.0	441	260.3	154.6	414.9	337.8	248.5	586.3	250	337.3	587.3
		2	100			174.3	103.8	137.8	168.6	93.3	129.7	218.9	150.0	183.2	162	203.6	183.5
		3	45.5	46.2	45.9	50.3	49.4	50.0	48.0	28.3	38.1	48.2	30.7	38.8	36.9	36.9	36.9
	TOTAL	1	231.1	215.9	447	375	225	600	349.4	286.4	635.8	476.4	432.3	908.7	403.0	485.7	888.7
		2	100			162.2	104.2	134.2	151.1	132.6	142.2	206.1	200.2	203.2	174.3	224.9	198.8
		3	68.2	60.3	64.1	70.2	64.6	68.0	64.5	52.5	58.5	68.0	53.5	60.2	59.5	53.2	55.9
MOBILIER		1	107.7	142.1	249.8	159	123	282	192.3	258.6	450.9	223.9	376.5	600.4	273.4	426.3	699.7
		2	100			147.6	86.5	112.8	178.5	181.9	180.5	207.9	264.9	240.3	253.8	300.0	280.1
		3	31.7	39.6	35.8	29.8	35.3	31.9	35.5	47.4	41.5	31.9	46.5	39.8	40.4	46.7	44.0
TOTAL INVESTISSEMENTS		1	338.8	358.0	696.8	534	348	882	541.7	545	1086.7	700.3	808.8	1509.3	676.4	912.0	1588.4
		2	100			157.6	97.2	126.5	159.8	152.2	155.9	206.7	225.9	216.6	199.6	254.7	227.9
		3	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

(1) A commerces alimentaires
NA commerces non alimentaires
T total

1. Montant en millions de F
2. Indice 100 = 1969
3. Pourcentage de composition par année

ANNEXES DU CHAPITRE X

URBANISME ET COMMERCE : LA DIFFICILE ALLIANCE DU LIBERALISME ET DE LA CONCERTATION

TABLEAU 70 IMPORTANCE DES ACHATS ANOMAUX EFFECTUES A PARIS PAR LA POPULATION DE 3 GRANDS ENSEMBLES DE BANLIEUE EN 1965

CARACTERISTIQUES	CRETEIL (Cité de Mont Mesley)						„GRANDS ENSEMBLES" de: EPINAY (Cité d'Orgemont)						BAGNEUX (Rd. Pt. des Martyrs)					
Date d'occupation	1958-1963						1958-1961						1956-1960					
Nombre total de logements	4.100						3.646						1.840					
dont: concernés par l'enquete	2.489						2.334						1.681					
échantillon représentatif exploité	313						267						256					
(population concernée)	1.124						984						912					
NATURE de L'ACHAT (*)	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Nombre de personnes ayant effectué un achat depuis leur installation dans le grand ensemble = 100%	224	230	212	82	176	265	191	191	189	74	166	215	198	198	197	83	166	236
Localisation de l'achat (%)																		
dans un grand magasin ou un magasin populaire du Centre	15	10	12	16	6,5	39	12	11,5	12,5	9	6	34	16	12	11	14	11	51
dans un commerce spécialisé du centre	25	14	14,5	28	6,5	7	17	11,5	14	20	7	4	25	16	17,5	24	11	8
TOTAL: Centre	40	24	26,5	44	13	46	29	23	26,5	29	13	38	41	28	28,5	38	22	59
dans un commerce d'un quartier périphérique	12	21	8	7	5,5	4	11	16	8	3	3	2	34	30	38	11	10,5	14
TOTAL PARIS (% du total des achats)	52	45	34,5	51	18,5	50	40	39	34,5	32	16	40	75	58	66,5	49	32,5	73

(*) Nature de l'achat (achats caractéristiques, choisis dans une série de 26 produits ayant donné lieu à enquête)

1 — Habillement (manteau de femme, jupe, grosse pièce de vêtement homme)
2 — Equipement du foyer (mobilier, gros électro ménager, radio TV)
3 — Horlogerie - bijouterie — maroquinerie
4 — Appareils photos, caméra
5 — Disques, livres
6 — Jouets de Noël

(Renseignements regroupés, d'après „Les habitudes d'achat de la population des grands ensembles d'habitation". Service d'Urbanisme Commercial — 300 p. ronéot. — Paris 1965 — étude à laquelle l'auteur a participé).

Extrait de M.Coquery "Quartiers centraux et quartiers périphériques de Paris. Vers une définition élargie de la notion de centre dans une très grande agglomération. " in Urban Core and Inner City, Leiden 1967

LES POINTS DE VUE SUCCESSIFS D'UN PROMOTEUR DE CENTRES COMMERCIAUX : J.L. SOLAL ET LA S.C.C.

PARLY 2, UN SUCCES

LSA - Avant de parler de Vélizy 2, nous pourrions faire le point sur Parly 2, qui a maintenant 2 ans et 5 mois. Etes-vous satisfait de Parly 2 ?

Jean-Louis Solal - Je suis d'un naturel un peu inquiet. Je ne suis jamais content de mes résultats. Et cependant, ceux de Parly 2 ont dépassé nos espérances. Nous avons ouvert Parly 2 dans les plus mauvaises conditions économiques, pendant le plan de stabilisation 1968-1969. Nous avions prévu 207 millions de F. pour le 1er exercice, nous avons obtenu 288 millions. Et nous avons réalisé, en 1971, 377,4 millions.

Nous atteignons dès maintenant à Parly 2 les prévisions de 1980, alors que la zone immédiate n'est pas encore entièrement peuplée : 15.000 habitants actuellement dans le programme immobilier de Parly 2. Il y en aura 30.000 lorsque ce programme sera terminé. Et puis, avec le temps, les gens qui auront payé leur appartement ne seront plus endettés pour se loger et pourront acheter plus.

Parly 2 détient le record mondial du chiffre d'affaires au m2 de tous les centres commerciaux, américains, européens, australiens, sud-africains, etc. Oui, nous pouvons le dire, le promoteur est satisfait de Parly 2. Nous osons espérer que les commerçants et les consommateurs le sont tout autant.

LSA - Vélizy 2, ce ne sera certainement pas un deuxième Parly 2. Quelle image voulez-vous créer pour Vélizy 2 ?

J-L.S. - Nous avons pensé que, si nous voulions réussir Vélizy 2, il fallait nous souvenir de ce qui avait permis la réussite de Parly 2, à savoir, d'abord une planification rigoureuse et un travail acharné. Nous avons travaillé deux fois plus dur sur Vélizy 2 que sur Parly 2, en nous rappelant que la réussite n'était pas venue toute seule, qu'elle avait été le fruit de nos efforts. Nous avons mis le meilleur de nous-mêmes pour que Vélizy 2 soit un succès.

Nous avons soigneusement analysé ce qui avait plu à Parly 2. Nous avons aussi analysé les erreurs commises.

LSA - Quelles erreurs, selon vous ?

J-L.S. - Je vais faire mon autocritique. A Parly 2, nous avons péché un peu par orgueil et pensé que les consommateurs habitant dans les environs immédiats du Centre y viendraient presque automatiquement, à cause du prestige du nom. En fait, nous n'avons certainement pas pénétré avec toute la force nécessaire la zone d'attraction immédiate, la zone d'attraction primaire, ce qui est pourtant indispensable. Actuellement encore, nous ressentons que Parly 2 qui draine de la clientèle entre 20 et 40 minutes de conduite automobile, n'attire pas suffisamment la clientèle de sa zone primaire.

Nous avons fait un énorme travail à Vélizy 2 pour éviter cette erreur, par une recherche approfondie de tous les points forts de notre zone, et par une signalisation très développée.

Nous avons voulu que l'accessibilité soit meilleure. Nous avons 5 accès au Centre Commercial : un au nord, à partir de la RN 18, un au sud, par un embranchement routier, et trois accès sur la façade ouest, bordée par l'Avenue de l'Europe.

Nous avons fait très attention, également à la signalisation à l'intérieur du parking. Nous avons abandonné la signalisation parlysienne, qui reprenait des noms de monuments de Paris. A Vélizy, nous avons repris les appellations des parkings de l'aéroport d'Orly : P1, P2, P3, etc. parce que c'est simple. La signalisation sera très grande et très visible.

◁ L.S.A. n° 398 .23 mars 1972

L.S.A. n° 442. 22 mars 1973 ▷

Dans l'Est parisien, il y a un nombre important de transhumances quotidiennes vers Paris. 70 % des achats se font à Paris. Et pour se distraire, rien ! Nous nous trouvons à la fois dans un désert commercial, sauf quelques créations récentes de grandes surfaces, et dans un désert pour les loisirs. C'est à tout cela que nous avons voulu remédier, avec nos 145 magasins, nos 6 restaurants, nos 6 cinémas, nos 5.000 places de parking, notre marché permanent de l'information – avec Madame Info – et de l'emploi.

A Rosny 2, nous allons donner une importance énorme à l'animation et aux activités de services de tous ordres, en plus du commerce proprement dit.

LSA – C'est ce que les Américains appellent travailler en liaison étroite avec la « communauté ? »

J-L.S. – Oui. C'est l'un de nos trois axes d'action. Le commerce de notre centre n'atteindra véritablement son potentiel que si la communauté humaine qui l'entoure perçoit que le centre commercial est en quelque sorte à elle et pour elle. Les habitants de la banlieue Est de Paris, comme ceux de beaucoup de banlieues, ont perdu le sens de la communauté, ils ont le sentiment de n'appartenir plus à rien, mais ils ont cependant un désir d'animation, un désir de s'intéresser à des pôles de vie collective. Nous allons essayer de leur apporter cela à Rosny 2, en nous intégrant au maximum dans la vie de la région, en plein accord avec les maires qui ressentent bien la nécessité d'une amélioration de la qualité de la vie et qui comptent sur nous.

Les deux autres axes, ce sont évidemment les commerçants et les consommateurs.

Les commerçants, nous devons nous, promoteurs du centre, les aider au maximum. Mais je crois qu'ils l'apprécient. Sur 145 qui s'installent à Rosny 2, 74 sont à Parly 2, et ou à Vélizy 2.

Quant aux consommateurs, rien, bien sûr, ne peut les forcer à venir à Rosny 2. Il faut que nous soyions les meilleurs et que le consommateur se sente à la fois heureux et protégé chez nous.

LSA – Rosny 2, c'est l'expérience d'un promoteur déjà chevronné, mais s'appliquant à un milieu tout à fait nouveau ?

J-L.S. – Oui, c'est à peu près cela. L'expérience, je crois que nous commençons à l'avoir. Des traits communs avec les centres précédents, il y en a, certes beaucoup. Mais chaque centre a son individualité. Chaque centre, c'est une nouvelle frontière à atteindre.

Voyez par exemple, ici, le problème de l'accessibilité. Il y a une gare SNCF (Rosny-Bois-Perrier) qui débouche directement sur le parking du centre. Elle a été réalisée en fonction du centre, pour la première fois dans l'histoire des centres commerciaux français. L'accesssibilité routière de premier ordre n'est pas promise, elle existe véritablement avec l'autoroute A 3, l'autoroute A 86, ou rocade de banlieue, bientôt la future B 3, la RN 186, les 7 lignes d'autobus, sans parler d'une signalisation encore améliorée à l'intérieur du parking, par rapport à nos centres précédents.

LSA – Aux Ulis 2, vous intégrez pour la première fois un hypermarché, un Carrefour dans un centre commercial. Est-ce que cela ne va pas modifier sensiblement la politique et l'image des centres commerciaux, tels que vous les concevez ?

J-L.S. – On oppose trop souvent d'une manière systématique hypermarché et centre commercial. Mais je constate que les hypermarchés deviennent eux-mêmes maintenant de plus en plus promoteurs et animateurs de centres commerciaux. Par ailleurs, ils ont une certaine tendance à améliorer leur présentation. Quant aux grands magasins, ils s'orientent de leur côté vers des formules plus ou moins discount, par réduction de leurs marges. Pour moi, le centre commercial a toujours besoin de « magnets », d'aimants qui peuvent être selon les cas un hypermarché ou un grand magasin.

Aux Etats-Unis les grands magasins connaissent un considérable essor, une nouvelle jeunesse, grâce au développement des centres commerciaux dans lesquels ils sont présents et actifs.

... SUITE

Sous le titre " ADIEU A LA PERIPHERIE", extrait de l'interview de JL Solal (Libre-Service Actualités n° 548, 11 septembre 1975

LSA – Quel tournant la Part-Dieu représente-t-il pour vous et pour la Société des Centres Commerciaux ?

Jean-Louis SOLAL – La Part-Dieu, c'est en effet, pour nous, un tournant, et un tournant très important. Depuis 1966, depuis l'année où nous avons conçu Parly 2, nous avons beaucoup évolué. Parly 2, Vélizy 2, Rosny 2, c'est le centre commercial périphérique, unifonctionnel, entouré par son aire de parking. Puis aux Ulis, nous avons marié la formule du centre commercial régional avec le dynamisme d'un grand distributeur, Carrefour. Bobigny a représenté de son côté une formule de centre intercommunal, au cœur d'une nouvelle ville de la Région Parisienne, entre préfecture et mairie. Ce souci d'intégration à la vie urbaine, nous l'avons affirmé à nouveau à Evry, ville nouvelle où le centre commercial est intégré à tout un ensemble d'équipements urbains. Enfin, la Part-Dieu, première opération commerciale en milieu urbain dans le cœur d'une vieille ville que nous entreprenons. Oui, beaucoup de tournants ! Mais nous n'avons jamais voulu rester statiques, nous figer dans nos conceptions d'il y a 5 ou 10 ans.

LSA – Vous n'avez pas choisi délibérément cette attitude. Vous y avez été sans doute contraint par l'évolution de l'urbanisme commercial ?

J.L.S. – Oui, l'urbanisme commercial au fond ce n'est que l'adaptation des centres commerciaux à l'évolution des structures urbaines. Si nous avons changé, c'est que l'environnement de nos centres commerciaux a changé. Aujourd'hui, on devrait de moins en moins parler d'urbanisme commercial, mais tout simplement d'urbanisme, avec le commerce et les autres fonctions urbaines. Le commerce joue un rôle capital dans l'espace urbain, il doit de plus en plus se fondre avec ces autres fonctions. C'est ce que nous essayons d'organiser dans les centres commerciaux que nous créons maintenant.

LSA – Il semble qu'aujourd'hui la création des grands centres commerciaux ne peut plus se réaliser que dans un cadre urbain (ville nouvelle ou secteur rénové de ville existante). La création de grands centres commerciaux régionaux périphériques du type Parly 2 vous paraît-elle aujourd'hui encore possible ?

J.L.S. – Nous la voyons mal. Nous pensons qu'il y a eu une évolution, qui était d'ailleurs souhaitable. Cette évolution correspond aux besoins du consommateur qui recherche de plus en plus dans le centre commercial non seulement la possibilité d'achats, mais aussi la satisfaction de toutes sortes d'autres besoins.

A cet égard, le développement – nouveau – des centres commerciaux en milieu urbain aux Etats-Unis m'a donné confiance. En 1975, sur environ un millier de centres commerciaux qui vont voir le jour aux Etats-Unis, 95 % sont des centres commerciaux suburbains ou périphériques, et 5 % sont des centres commerciaux urbains. En 1977, on va assister à une évolution très sérieuse, puisque le pourcentage des centres commerciaux urbains ouverts dans l'année va passer à 28 % contre 72 % pour les centres commerciaux suburbains ou périphériques.

LSA – Dans une opération de création d'un centre commercial, quels sont, à vos yeux, les critères ou les conditions de la réussite ?

J.L.S. – Nous estimons qu'il y a quatre critères de fiabilité : le politique, le géographique, le commercial, le fonctionnel.

LSA – A-Lyon-La Part-Dieu, comment ces critères se présentent-ils ?

J.L.S. – Critère de fiabilité politique, d'abord. L'opération de la Part-Dieu est politiquement fiable dans la mesure où elle a été pensée et voulue par son maire, Louis Pradel, qui le 24 février 1960 a pu acquérir en pleine ville 20 hectares de terrains militaires et qui en a confié l'aménagement à la Société d'Equipement de la Région de Lyon et à son architecte en chef, Charles Delfante. Cette opération de rénovation commerciale, qui s'intègre dans une vaste opération de rénovation urbaine, a été voulue par son maire, Louis Pradel, par le Conseil Général du Rhône, par la Communauté urbaine lyonnaise, notamment parce qu'elle correspond aux orientations du VIème Plan qui a voulu renforcer le cœur des villes anciennes contre le bouillonnement jugé trop exubérant des banlieues. Cette fiabilité politique est absolument nécessaire quand on touche au centre des villes. La réussite d'une opération de rénovation urbaine dépend essentiellement d'une action concertée entre secteur public et secteur privé.

LSA – Et la fiabilité géographique ?

J.L.S. – La rénovation commerciale doit s'opérer dans le sens du développement et de la croissance de la ville. Il est tout à fait remarquable d'avoir pu trouver à Lyon ces 20 hectares qui se trouvent exactement dans l'axe du développement de la ville. Toute l'histoire de Lyon est caractérisée par une marche vers l'est : les collines de Fourvière d'abord, puis le quartier Saint-Jean, qui a été jusqu'au XVIIIème siècle le cœur administratif, politique, commercial de la ville.

Ensuite, Lyon a sauté la Saône pour s'installer dans la presqu'île, entre Saône et Rhône. Et avec la Part-Dieu, on assiste à un desserrement sur la rive gauche du Rhône, desserrement qui a déjà commencé depuis quelques années avec l'installation d'administrations importantes sur cette rive gauche : Communauté urbaine, Préfecture, Equipement. La Part-Dieu se trouve exactement dans l'axe de Fourvière et de la presqu'île. C'est bien cela la fiabilité géographique.

LSA – Cette très grande opération commerciale que constitue la Part-Dieu ne risque-t-elle pas de déséquilibrer le cœur commercial actuel de Lyon, dans la presqu'île, dont la Part-Dieu est proche ? Y a-t-il vraiment place dans le cœur de Lyon pour deux grands centres commerciaux assez voisins ?

J.L.S. – Absolument ! Et les plus hautes autorités le pensent à Lyon, parce que nous avons pu réunir tous ces critères de réussite ou de fiabilité. Le critère de fiabilité commerciale, après les critères politiques et géographiques, nous paraît particulièrement valable.

Il y a eu adjudication pour la réalisation du centre commercial de la Part-Dieu en 1970 et c'est alors que nous avons été désignés comme promoteur. Nous nous sommes portés candidat parce que nous avons pensé qu'il y avait de très bonnes chances de succès pour la Part-Dieu. Le commerce est très prospère dans la périphérie lyonnaise. Je ne citerai que les réussites de Carrefour – le Carrefour Vénissieux est en chiffre d'affaires le premier de France – ou des Nouvelles Galeries de Bron en 1974, les 3 Grands Magasins de la presqu'île (Galeries Lafayette, Printemps, Grand Bazar) n'ont réalisé que 14 % du chiffre réalisé par les grandes surfaces de la périphérie (Carrefour Vénissieux-Ecully-Villeurbanne, Nouvelles Galeries Bron, Mammouth Caluire). De son côté, le centre-ville connaît des difficultés de circulation et d'accès, et une insuffisance de parkings, malgré des réalisations récentes.

Il semble aussi que Lyon souffre, d'après certaines études, d'un manque d'attraction régionale. Les habitants de l'agglomération lyonnaise et de la région Rhône-Alpes se sont trouvés quelque peu découragés, en raison des difficultés que je viens d'évoquer, de venir acheter au centre de Lyon. Les Lyonnais ont pris eux-mêmes l'habitude d'acheter en périphérie.

SOCIETE DES CENTRES COMMERCIAUX

Dans notre numéro 524 du 13 février 1975, nous avons, sur les indications de Jean-Louis Solal, président directeur général de la SCC, apporté un démenti aux bruits selon lesquels cinq centres commerciaux de la Région Parisienne seraient à vendre. Ces centres commerciaux appartiennent d'une part aux sociétés propriétaires des murs, d'autre part, pour le reste, à Robert de Balkany, Jean-Louis Solal et la société La Hénin. En fait, seul Robert de Balkany serait disposé à céder ses parts.

Nous confirmons les pourparlers de la Société des Centres Commerciaux avec des groupes financiers concernant le financement d'opérations projetées notamment à Madrid (Espagne), Vienne (Autriche) et Erskine (Ecosse) qui s'ajoutent à la Part-Dieu à Lyon (ouverture 9 septembre 1975) et à Rouen Saint-Sever en France.

L.S.A 8 MARS 1975/N° 527

TABLEAU 71 BILAN AU 1ER OCTOBRE 1971 DE L'ACTIVITÉ DES COMMISSIONS DEPARTEMENTALES D'URBANISME COMMERCIAL
(APPLICATION DE LA CIRCULAIRE DE 1969) (1)

Nature des avis		Nombre de projets	%	Surfaces de vente m2	%	Surface de vente moyenne par projet
1	Projets déjà autorisés (confirmation)	33	6.9	249 990	7.0	7 575
2	Avis favorables (à l'unanimité)	199	41.7	1 496 322	42.3	7 519
	1 + 2	232	48.6	1 746 312	49.4	7 527
3	Avis partagés	99	20.7	691 155	19.5	6 981
4	Avis défavorables	75	15.7	549 590	15.5	7 327
5	Dossiers renvoyés pour suppléments d'information	64	13.4	460 827	13.0	7 200
	4 + 5	139	29.1	1 010 417	28.6	7 269
6	Propositions de sursis à statuer	7	1.4	86 100	2.4	12 300
Nombre total de projets		477	100	3 533 984	100	7 408

(1) De la fin de 1969, date de leur mise en place, au 1.10.1971, 89 commissions départementales ont tenu 295 séances.

Source : DGCIP, Ministère de l'Economie et des Finances.

AGITATION, PRESSION ET REPRESENTATION DES PETITS COMMERCANTS CONTESTATAIRES

Un épisode récent relaté par la presse.

Après les représentants de l'artisanat

Le président de la République reçoit M. Nicoud

M. Giscard d'Estaing reçoit, ce mardi 4 novembre à 18 heures, M. Gérard Nicoud, secrétaire général du CID-UNATI. Le chef de file des petits commerçants contestataires succède ainsi chez le président de la République aux représentants traditionnels de l'artisanat, regroupés dans l'Union professionnelle de l'artisanat, qui ont été reçus lundi à l'Elysée. Il précède M. François Ceyrac, président du C.N.P.F., qui rencontrera le président de la République mercredi après-midi.

Apaiser...

Le président de la République accorde aujourd'hui au responsable de l'organisation la plus remuante des commerçants contestataires une audience que le ministre de l'économie et des finances lui avait toujours refusée. Le temps est loin où, sur plainte de M. Giscard d'Estaing, alors rue de Rivoli, M. Gérard Nicoud allait prendre figure de martyr sur la paille humide des cachots.

Cette clémence du président de la République n'est pas fortuite, puisque, depuis le début de cette semaine, il reçoit les représentants des grands et des petits patrons, et que cet entretien intervient au moment précis où M. Fourcade prépare, grâce à une concertation orchestrée par M. Claude Villain, directeur général de la concurrence et des prix, une réglementation contraignante des marges commerciales. Les fameux « *coefficients multiplicateurs* » qui vont s'appliquer à toute une série de produits (*le Monde* du 31 octobre) seront, certes, au premier plan de la conversation entre le chef de l'Etat et M. Nicoud, qui les juge « *inadmissibles* ». Mais le secrétaire général du CID-UNATI semble avoir en partie enterré la hache de guerre : « *Je n'ai rien oublié de mes deux emprisonnements. Toutefois, je suis avant tout secrétaire général du CID-UNATI. Je viens tout simplement en militant, je n'ai pas d'opposition systématique envers le gouvernement. Il faut bien s'adresser à ceux qui gouvernent* », a-t-il déclaré le 2 novembre à Grenoble.

Comme lors de l'entretien accordé lundi par le président de la République à MM. Léon, Lecœur, Delaporte et Combe (1), de l'Union professionnelle de l'artisanat, il sera également question du chômage, des charges sociales et fiscales qui pèsent sur les petites entreprises, de la T.V.A. et de la taxe professionnelle, qui remplace la patente. M. Giscard d'Estaing a d'ailleurs promis aux représentants de l'UPA que les problèmes de l'artisanat seront examinés à la fin de l'année par l'Assemblée nationale, au moment des discussions sur la révision de l'assiette des cotisations des charges sociales.

Cette rencontre — qui provoque l'indignation des personnels de la direction générale des impôts (voir ci-dessous) — a ainsi valeur d'apaisement : M. Giscard d'Estaing sait bien que les chefs des toutes petites entreprises restent sensibles à la considération qu'on leur témoigne. Prévenir une nouvelle jacquerie des boutiques au moment où l'on règlemente sévèrement leurs marges commerciales vaut bien quelques marques officielles de sympathie.

Le geste du chef de l'Etat a sans nul doute aussi une signification politique. M. Nicoud a réaffirmé dimanche à Grenoble que le CID-UNATI demeurait « *un groupe apolitique* ». Mais il a ajouté : « *Il y a deux solutions quand on se sent en danger de mort : la première c'est de mourir en silence, la deuxième de préparer la révolution.* » Même si les petits commerçants sont loin d'être prêts à en venir à une telle extrémité, le gouvernement ne peut négliger la force électorale qu'ils constituent : les notables locaux que sont les commerçants sont des soutiens traditionnels de la majorité actuellement au pouvoir.

JOSÉE DOYÈRE.

(1) Respectivement présidents de la Confédération nationale de l'artisanat et des métiers, de la Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment, de la Confédération nationale de l'artisanat rural et de la Confédération nationale de l'alimentation de détail (section artisanat).

LE MONDE — 5 novembre 1975

LES SYNDICATS DE LA DIRECTION GÉNÉRALE DES IMPOTS PROTESTENT

Quatre organisations syndicales de la direction générale des impôts (F.O., C.G.T., C.F.D.T., Syndicat national unifié des impôts) se sont élevées lundi 3 novembre dans un communiqué commun contre l'audience que M. Valéry Giscard d'Estaing a décidé d'accorder à M. Gérard Nicoud.

« *Au moment où le président de la République s'apprête à recevoir à grand renfort de publicité Gérard Nicoud* », ces quatre syndicats, qui affirment représenter la quasi-totalité des personnels de la direction des impôts, « *tiennent à élever la plus solennelle protestation à l'égard de l'extrême bienveillance prodiguée au leader du CID-UNATI.*

» *Les agents des impôts, victimes dans leur personne et dans leurs biens des attentats répétés et impunis du CID-UNATI, s'étonnent que le dirigeant de cette organisation, instigateur et auteur principal de ces agissements délictueux, puisse être reçu par le chef de l'Etat. Ils considèrent cette réception à l'Elysée comme un affront public et un désaveu à leur égard.* »

Des télégrammes de protestation seront envoyés à l'Elysée.

TRAVAILLEURS INDÉPENDANTS

UN « OFFICIEL » A L'ÉLYSÉE

« Pour nous cette rencontre est l'officialisation du mouvement. Il y a trois semaines, M. Chirac refusait de nous recevoir sous prétexte que nous n'étions pas représentatifs. C'est le président de la République qui lui a répondu. »

M. Gérard Nicoud semblait satisfait de son entrevue de trois quarts d'heure avec M. Giscard d'Estaing, où il a été plus question de concertation que de contestation. Le chef de l'Etat ne semble pas opposé à un rattrapage plus rapide que prévu du montant des retraites des travailleurs indépendants, a indiqué M. Nicoud qui, en matière de prix, s'est également déclaré prêt à la concertation avec les pouvoirs publics. Il a néanmoins ajouté : « *Si M. Fourcade ne suivait pas cette ambiance de concertation voulue par le président de la République, aucune action n'est à écarter...* »

Au moment même où leur secrétaire général entrait à l'Elysée, une centaine de militants du CID-UNATI manifestaient à Saverne (Bas-Rhin) devant le tribunal où comparaissaient sept de leurs amis accusés de s'être opposés à un contrôle fiscal. A cet égard, M. Giscard d'Estaing a indiqué à M. Nicoud que « *les actions de menace et d'intimidation à l'égard des agents de l'administration n'étaient pas tolérables et ne seraient pas tolérées* ».

« *Je suis venu en militant. Je repars en militant* », a conclu M. Nicoud avant de s'engouffrer dans la CX 2200 grise qui l'attendait... L'ancien cafetier de La Bâtie-Montgascon est bien devenu un « officiel »...

LE MONDE — 6 novembre 1975

UN FAIT DIVERS SIGNIFICATIF ...

En raison de graves nuisances

Les magasins Carrefour devront verser d'importants dommages et intérêts à trois propriétaires de maisons riveraines

S'estimant gravement lésées par les nuisances variées résultant de l'implantation d'un supermarché Carrefour à côté de leurs pavillons, trois familles de Montesson (Yvelines) avaient demandé à Me Bernard Loitron de réclamer en leur nom des dommages en justice. Les requérants mentionnaient qu'ils avaient fait construire leurs villas sur des terrains qu'ils avaient choisis en raison du calme de l'environnement que semblait garantir le règlement d'urbanisme rappelé dans l'acte d'acquisition. Celui-ci prévoyait que les constructions édifiées dans le secteur seraient destinées uniquement à l'habitation familiale et bourgeoise, ainsi qu'à l'exercice éventuel des professions libérales ne comportant pas l'usage d'appareils gênants.

Or ils virent s'édifier en septembre 1969, à quelques mètres de chez eux — grâce à quelles dérogations ? — cet immense ensemble couvrant plus de 4 hectares avec parking de deux mille places, station-service, piste de karting, projecteurs aveuglants, haut-parleurs tonitruants, souffleries, assourdissant vacarme des camions, des colis bondissant sur les toboggans, des engins de déblaiement, de nombreuses fêtes foraines, des hurlements de sirène, etc., etc.

Au nom de la société Carrefour, Me Féron a rétorqué devant les juges que leurs voisins ne pouvaient prétendre, en faisant construire leurs pavillons, à la même garantie que si leurs terrains avaient été entourés d'un secteur déjà construit en maisons d'habitations. Il ajouta que la proximité d'un centre commercial était de nature à fournir une plus-value à leurs biens. Il affirma enfin que Carrefour s'était efforcé de mettre fin, dans la mesure du possible, à certaines nuisances.

En première instance, le tribunal civil de Versailles accorda seulement 3 000 F de dommages et intérêts à chaque demandeur, pour le préjudice déjà subi, ordonnant une expertise pour que soit évaluée l'importance des inconvénients susceptibles d'intervenir pour les requérants du fait de la proximité du supermarché.

En appel, la septième chambre de la cour de Paris s'est montrée plus énergique.

Pour le dommage subi en 1971 et 1972, elle a condamné Carrefour à verser des indemnités de 30 000 F à chaque demandeur. Pour le préjudice définitif, elle a déclaré : « *(...) Il est évident que l'implantation dans un quartier tranquille, et jusqu'alors protégé, d'un centre commercial qui, au dire de Carrefour, reçoit plus de deux millions cinq cents mille clients par an, ce qui implique de jour et de nuit un mouvement considérable de véhicules de toutes sortes, a causé une dépréciation très sensible à la valeur des immeubles contigus. (...)* »

En conséquence, la cour, sans procéder à une mesure d'instruction, a décidé d'accorder 90 000 F de dommages et intérêts à chacun des trois requérants.

Au surplus, elle a condamné Carrefour, sous astreinte de 1 000 F par infraction constatée un mois après la signification de l'arrêt : 1) à supprimer toute émission d'annonces ou de musique par haut-parleurs extérieurs ; 2) à supprimer le bruit de ses souffleries ou compresseur ; 3) à supprimer l'éclairage direct de nuit des fenêtres des voisins par projecteurs ou lampadaires ; 4) à supprimer les allées et venues de véhicules à moteur à proximité immédiate des pavillons voisins entre 22 heures et 6 heures ; 5) à supprimer les fumées salissantes et les odeurs nauséabondes en provenance de ses établissements ; 6) à supprimer définitivement toute réunion ou manifestation nocturne à l'extérieur. — J. L.

LE MONDE — 30 octobre 1975

TABLEAU 72 BILAN AU 31 AOÛT 1975 DE L'ACTIVITÉ DES COMMISSIONS DEPARTEMENTALES D'URBANISME COMMERCIAL, APRÈS ARBITRAGE DU MINISTRE DU COMMERCE

(APPLICATION DE LA LOI D'ORIENTATION DU 27 DÉCEMBRE 1973)

Nature des décisions	Nature des projets					
	Super-marchés	Hyper-marchés	Magasins ameu-blement	Grands magasins et maga-sins po-pulaires	Galeries marchan-des et collectifs	Ensemble
Nombre de dossiers déposés	171	160	221	68	54	674
% du total	*25.4*	*23.7*	*32.8*	*10.0*	*8.0*	*100.0*
Surface de vente totale en m2	247 477	872 547	531 171	262 377	966 308	2 879 880
% du total	*8.6*	*30.3*	*18.4*	*9.1*	*33.5*	*100.0*
Surface de vente moyenne par projet (m2)	1 447	5 453	2 403	3 858	17 894	4 272
AUTORISATIONS						
Nombre de projets	108	67	143	57	38	413
%	*26.1*	*16.2*	*34.6*	*13.8*	*9.2*	*100.0*
Surface de vente totale en m2	141 836	327 543	316 083	202 768	619 352	1 607 582
%	*8.8*	*20.3*	*19.6*	*12.6*	*38.5*	*100.0*
Surface de vente moyenne par projet autorisé en m2	1 313	4 888	2 210	3 557	16 298	3 892
REFUS						
Nombre de projets	63	93	78	11	16	261
%	*24.1*	*35.6*	*29.9*	*4.2*	*6.1*	*100.0*
Surface totale de vente en m2	105 641	545 004	215 088	59 609	346 956	1 272 298
%	*8.3*	*42.8*	*16.9*	*4.7*	*27.3*	*100.0*
Surface de vente moyenne par projet refusé en m2	1 676	5 860	2 757	5 419	21 684	4 874
Autorisations en % du total des demandes						
projets	63.1	41.8	64.7	83.8	70.3	61.2
surface de vente	57.3	37.5	59.5	77.2	64.1	55.8

D'après sources du Ministère du Commerce et de l'Artisanat.

... HUMOUR ET SATIRE :
COMMERCE ET COMMERCANTS DANS LA BANDE DESSINEE ...

LE COMMERCE RURAL vu par SEMPE (L'Express 25-31 octobre1965)

— Une caisse de Crio, une poêle Téfal, une bouteille de San Pellegrino, une caisse de Préfontaines (s'il n'y en a pas, prends du Kiravi), trois blond-cendré de l'Oréal, cinq « Semaine du Tiercé » et quatorze « La Chamade ».

Un boutiquier vu par Franquin et Delporte (Album de "Gaston la Gaffe", Editions Dupuis)

UNE VISION FEROCE DES "GRANDES SURFACES" (Charlie-Hebdo, 6 septembre 1971)

TABLE DES MATIÈRES

VOLUME DES ANNEXES : TABLE DES MATIÈRES

CHAPITRE I

page

TABLEAUX 1. Contenu des rubriques 72 et 75 du Code des activités économiques en 41 postes 3

2. Activités exercées en boutique ou en atelier-boutique, souvent associées sur le terrain aux commerces de détail proprement dits 6

3. Activités constituant la rubrique 29 ("Commerces") de la nomenclature en secteurs (Comptabilité Nationale) 10

4. Valeur des sondages au 1/20° de la population active de 1954 et 1962 11

5. Part des actifs du commerce de détail dans la population active non agricole selon le statut en 1954, 1962 et 1968 ... 12

6. Evolution des effectifs selon la branche, le sexe et le statut de 1954 à 1968 (indice 100 = 1954) 13

7. Le taux de féminité de l'emploi dans le commerce de détail selon le statut et la branche en 1954, 1962 et 1968 14

8. Part des actifs du commerce de détail agricole et alimentaire dans la population active totale du commerce de détail selon le statut en 1954, 1962 et 1968 15

9. Répartition des actifs du commerce de détail et de l'ensemble des actifs non agricoles selon le sexe et le statut en 1954, 1962 et 1968 16

10. Répartition des actifs du commerce de détail selon la branche, le sexe et le statut en 1954, 1962 et 1968 17

11. Principales professions exercées par les personnes actives du commerce de détail agricole et alimentaire 18

12. Principales professions exercées par les personnes actives du commerce de détail non alimentaire 19

Sources communes des tableaux : INSEE. Les tableaux 5 à 12 donnent des indicateurs significatifs calculés d'après les chiffres produits par l'INSEE, qui ne sont pas repris ici puisque directement consultables dans les publications de l'INSEE (voir Bibliographie : Sources statistiques).

CHAPITRE II

TABLEAUX 13 A. Répartition des actifs du commerce de détail selon le sexe et la C.S.P. en 1954, 1962 et 1968 22

13 B. Evolution des effectifs de la population active du commerce de détail de 1954 à 1968 selon le sexe et la C.S.P. 23

14. Répartition des actifs du commerce de détail agricole et alimentaire selon le sexe et la C.S.P. en 1954, 1962 et 1968 . 24

15. idem - commerce de détail non alimentaire 25

page

TABLEAUX 16. Répartition selon le sexe, la C.S.P. et la branche des actifs du commerce de détail en 1968 (comparaison avec la population active non agricole) 26

17. Part des actifs du commerce de détail dans les différentes C.S.P. en 1954, 1962 et 1968. Indices d'évolution 27

18. Répartition des patrons de l'industrie et du commerce selon les C.S.P. détaillées en 1954, 1962 et 1968. Indices d'évolution 28

19. Répartition des patrons de l'industrie et du commerce selon le sexe et la branche d'activité en 1954, 1962 et 1968. Indices d'évolution 29

20. Répartition des gros et des petits commerçants selon le sexe et la profession en 1954, 1962 et 1968. Indices d'évolution 30

21. Répartition des employés de commerce selon le sexe et la branche d'activité. Indices d'évolution 31

22. Répartition des employés de commerce selon le sexe et la profession en 1954, 1962 et 1968. Indices d'évolution 32

. La diversité des professions du commerce de détail d'après les annonces d'offres d'emploi d'un quotidien à grand tirage (L'exemple de France-Soir du 16 janvier 1974) 33

CHAPITRE III

. Liste des tableaux d'indicateurs départementaux et urbains calculés pour la confection de cartes 37

. Exemple de fiche utilisée pour le relevé des données afférant aux populations actives urbaines du commerce 40

. Exemplede fiche utilisable pour le traitement des tableaux croisés PA 26/Q et PA 44/Q (1968 sondage au quart-départements, unités urbaines ...) 41

. Exemple de tableaux mécanographiques INSEE croisant :
- sexe, CSP et branche d'activité (PA 26/Q) 1968 42
- sexe, statut et branche d'activité (PA 44/C) 1968 43
(départements, unités urbaines)

CHAPITRE IV

. Extraits d'un questionnaire du Recensement de la Distribution 45

TABLEAUX 23. La population active du commerce de détail selon le statut et la branche en 1962 et 1968 (Recensement de la Population) : comparaison avec 1966 (Recensement de la Distribution) après ajustement 46

24. Répartition des actifs du commerce par âge et par sexe en 1946 47

25. Evolution du nombre et de la répartition relative des actifs du commerce selon l'âge et la C.S.P. de 1954 à 1968 48

26. Evolution de l'indice de vieillesse de la population active du commerce de 1946 à 1968 selon le sexe et la C.S.P. 49

27. Grille d'évaluation de la valeur des fonds de commerce 50

. Autres sources et documents sur la valeur des fonds de commerce ..... 50 bis

page

TABLEAUX 28. Répartition des exploitants individuels selon la branche et le mode de faire-valoir du fonds 51

29. Distribution d'un échantillon de commerçants parisiens selon le statut à l'accès dans la profession, la branche et le statut actuel 52

30. Répartition des exploitants individuels selon l'âge et le mode de faire-valoir 53

31. Répartition des commerçants individuels selon l'origine des revenus, la branche d'activité et la tranche de chiffre d'affaires 54

32. Répartition des exploitants individuels selon l'âge, le mode de faire-valoir du fonds et l'origine des revenus du ménage en 1966 55

33. Répartition des chefs d'entreprises individuelles du commerce de détail selon le mode de faire-valoir, l'origine des revenus, la branche et le chiffre d'affaires 56

34. Evolution de la population active du commerce de 1962 à 1971 57

35. Mouvements de la population active ayant affecté le commerce de 1959 à 1964 selon le sexe et le secteur économique d'origine et de destination 58

36. Origine et destination des mouvements d'actifs ayant concerné des professions commerciales de 1959 à 1964 59

. Sommaire des Recherches sur la mobilité des commerçants (M. COQUERY, Laboratoire de Géographie humaine, associé au C.N.R.S., 1970) 60

. Modèle de questionnaire utilisé pour l'étude de la mobilité des commerçants 62

. Résultats significatifs concernant un échantillon de commerçants parisiens :
- professions antérieures exercées 64
- ce qui était attendu du commerce 65
- circonstances d'entrée dans la profession commerciale 66

CHAPITRE V

. Tableaux du Recensement de la Distribution publiés ou disponibles aux divers échelons géographiques autres que France entière seule 67

TABLEAUX 37. Densités commerciales et répartition des établissements commerciaux selon la branche et la catégorie dimensionnelle de commune à l'échelle régionale 68

38. Densités commerciales selon la branche et la région : surfaces de vente/1000 habitants 69

. Annexe méthodologique sur la Documentation fiscale 70

. Echange de correspondance sur la constitution d'un échantillon de villes à suivre par la Documentation fiscale 81

. Comparaison et modalités d'utilisation de deux familles de sources pour l'approche géographique du commerce de détail .. 84

. Liste des tableaux d'indicateurs départementaux calculés pour l'élaboration des cartes consacrées au commerce de détail de la quincaillerie (pris à titre d'exemple) 86

page

. Cartes correspondantes 87

TABLEAUX 39. Chiffre d'affaires moyen par établissement selon la branche, part de chaque branche dans le chiffre d'affaires total et dans le total des établissements 89

40. Répartition des établissements et des surfaces de vente suivant la branche et l'importance du chiffre d'affaires. Rendements correspondants 92

41. Branches d'activités commerciales retenues pour l'analyse matricielle 93

CHAPITRE VI

. Liste de mémoires de maîtrise de géographie consacrés à l'étude du commerce (un extrait du Répertoire de Recherches Commerciales) 95

. Cartes d'évolution de l'appareil commercial dans un cadre départemental : - l'exemple de la Sarthe 98
- l'exemple du Calvados 99

. Cartes d'attraction commerciale d'après les enquêtes départementales effectuées par l'Institut d'Economie Régionale du Sud-Ouest (le cas de la Dordogne) 100

. "Les villes où les Français achètent" (d'après A. PIATIER) .. 102

. Centre commercial régional La Part-Dieu (Lyon) : l'étude de marché préalable et les réalisations effectives 103

. Modèle de questionnaire utilisé pour l'enquête sur les magasins de grande surface dans l'agglomération lyonnaise ... 104

. Grille d'équipement commercial de la S.C.I.C. 105

TABLEAUX 42 et 43. Nature et forme de répartition des commerces sédentaires dans le secteur des Blagis en 1973 (enquête directe) . 107

. Exemple de questionnaire mis au point avec des étudiants de géographie, dans le cadre de leur D.E.S. 109

. Grille d'approche qualifiant l'offre en commerces 110

. Grille d'approche qualifiant l'environnement 111

. Grille d'approche des corrélations 112

. Un extrait de la carte commerciale de Birmingham 113

. Extrait de l'Atlas Urbain des Commerces de grande surface en France 114

. Extrait de l'Atlas Commercial de l'Ile-de-France 120

CHAPITRE VII

TABLEAUX 44. Les établissements industriels et commerciaux en 1962 (INSEE 1963). Liste des tableaux utilisables pour l'étude du commerce de détail 122

45. Idem, 1966 123

46. Idem, 1971 124

pages

TABLEAUX 47. Exploitation du fichier des établissements et des entreprises publiées par l'INSEE (1962-1966-1971). Liste des tableaux comparables (commerce de détail) 125

48. Evolution du commerce alimentaire en libre-service de 1967 à 1972 selon la forme d'entreprise 126

. Exemple de tableau tiré du "Fichier permanent des grands établissements commerciaux de détail", Mercure 70 - CECOD 127

TABLEAUX 49. Répartition des magasins de bricolage selon le type de localisation et la catégorie dimensionnelle de commune au 1.5.1972 128

. La structure du groupe "Société française des Nouvelles Galeries réunies", analysée par Claude Quin (Tableau de bord de la distribution, 1971) 129

. Idem, organigramme simplifié diffusé par le groupe lui-même (LSA n° 471, 1973) 130

CHAPITRE VIII

TABLEAUX 50. Répartition des hypermarchés selon leur enseigne et la forme d'entreprise exploitante 132

51. Nombre de contrats d'approvisionnement d'hypermarchés selon la centrale et la forme d'entreprise en 1972 et en 1974 133

52. Répartition des hypermarchés selon le type d'entreprise exploitante et le nombre de rattachements à une centrale en 1972 et en 1974 134

53. Répartition des contrats d'approvisionnement des hypermarchés selon le nombre de contrats par centrale et la forme d'entreprise dominante des centrales en 1972 et en 1974 135

. Organigramme d'une centrale d'achat : le GAGMI 136

54. Exemple de mobilité des adhérents d'une centrale d'achat (GAGMI) de 1972 à 1974 137

. L'entrée de la SCOA au GAGMI 138-139

54 bis. Evolution du nombre d'hypermarchés affiliés à la centrale d'achat Paridoc 140

. Grille de classement utilisée dans le tableau 55 141

55. Cotation et classement des unités urbaines selon les indicateurs caractérisant les hypermarchés en 1972 142

55 bis. Niveaux distingués par l'analyse 143

56. Essai de "correspondance" armature urbaine 1964 et niveau d'équipement hypermarchés 1972-1974 144

. L'équipement commercial des ensembles résidentiels 145

. Exemple de deux centres commerciaux considérés comme "modèles" en 1961 146

. Coût, financement et modalités d'attribution de deux centres commerciaux régionaux de la région parisienne 147

pages

. Quelques promoteurs de centres commerciaux 148

CHAPITRE IX

(Introduction IVe Partie)

. Un mode d'appréhension des dépenses commercialisées des ménages : le chiffre d'affaires des différentes branches du commerce de détail.
A - Chiffre d'affaires du commerce de détail alimentaire en 1966 en francs/habitant 150
B - idem, commerce non alimentaire 151
. La profonde originalité de la formule généralisée par Edouard Leclerc à la fin des années 50 152
. La poursuite du "combat" d'E. Leclerc au début des années 70 .. 153
TABLEAUX 57. Recensement de la Distribution. Tableaux utilisés pour l'étude des investissements 154
58. Répartition des investissements effectués en 1966 par le commerce de détail selon la branche d'activité et le type d'entreprise (%) 155
59. Investissement des établissements du commerce de détail (France entière 1966) selon la branche 156
60. Propension à l'investissement selon les branches détaillées du commerce de détail en 1966
A - Nomenclature à 3 chiffres 157
B - Nomenclature à 2 chiffres 158
61. Propension à l'investissement des entreprises (au bénéfice réel) selon leur importance (tranches de chiffre d'affaires) .. 159
62. Nature des investissements des entreprises selon la branche et le régime d'imposition 160
63. Exemples de financement de supermarchés 161
64. Exemples de financement de divers autres types de magasins 162
65. Evolution des crédits au commerce (gros et détail) selon les sources de financement 163
66. Affectation des crédits d'équipement au commerce de détail accordés par le Crédit National en 1971 et en 1972 164
67. Les principales SICOMI en 1972 165
68. Evolution du crédit-bail consacré au commerce de 1967 à 1973 .. 166
69. Evolution et répartition des investissements productifs financés en crédit-bail dans le commerce alimentaire et non alimentaire de 1969 à 1973 167

CHAPITRE X

TABLEAUX 70. Importance des achats anomaux effectués à Paris par la population de trois grands ensembles de banlieue en 1965 168
. Les points de vue successifs d'un promoteur de centres commerciaux 169

pages

TABLEAUX 71. Bilan au 1er octobre 1971 de l'activité des commissions départementales d'urbanisme commercial (application de la circulaire de 1969) 170

. Agitation, pression et représentation des petits commerçants contestataires 171

. Un fait divers significatif 172

72. Bilan au 31 août 1975 de l'activité des commissions départementales d'urbanisme commercial, après arbitrage du ministre (application de la loi d'orientation du 27 déc. 1973) 173

Humour et satire :

. Commerce et commerçants dans la bande dessinée 174